



ESTUDIO
DE MERCADO

2020



El mercado de la carne de vacuno y ovino en Japón

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tokio

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

17 de octubre de 2020
Tokio

Este estudio ha sido realizado por Pablo José Iglesias Marquina

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tokio

<http://japon.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-020-9



Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Definición del sector	8
3. Oferta – Análisis de competidores	9
3.1. Tamaño del mercado	9
3.2. Producción local	10
3.3. Importaciones	11
3.3.1. Importaciones totales de carne de vacuno	11
3.3.2. Importaciones de carne de vacuno fresca o refrigerada	15
3.3.3. Importaciones de carne de vacuno congelada	16
3.3.4. Importaciones de carne de ovino	17
3.3.5. Importaciones de carne de ovino fresca o refrigerada	20
3.3.6. Importaciones de carne de ovino congelada	22
4. Demanda	23
4.1. Datos generales de demanda	23
4.2. Hábitos de consumo	24
5. Precios	26
5.1. Precios de importación	26
5.2. Precios de venta al consumidor	30
6. Percepción del producto español	31
7. Canales de distribución	33
7.1. Estructura de los canales de distribución	33
7.2. Principales medios de distribución	35
7.3. Estrategias de canal	36
8. Acceso al mercado – Barreras	37
8.1. Régimen arancelario y novedades del EPA	37
8.2. Requisitos comerciales, legales y técnicos	40
9. Perspectivas del sector	43
9.1. Factores económicos	43
9.2. Factores culturales	44
10. Oportunidades	45
11. Información práctica	47



11.1. Ferias	47
11.1.1. FOODEX	47
11.1.2. Supermarket Trade Show	47
11.1.3. Wine & Gourmet Japan	48
11.1.4. Spain Gourmet Fair	48
11.2. Recomendaciones para el exportador	48
11.3. Otras direcciones de interés	51

ICEX

1. Resumen ejecutivo

La producción de carne de vacuno en Japón se ha situado en los últimos años en torno a las 330.000 toneladas, de las cuales solo un 1,3% se destina a la exportación. En contraste, las importaciones han experimentado un crecimiento en valor del 24,5%, y del 14,1% en volumen en el periodo 2015-2019, el cual ha sido especialmente pronunciado desde 2017. Del total de vacuno vendido en el mercado japonés, el 34,7% es de producción nacional, el 30,9% es vacuno australiano y el 25,3%, estadounidense.

En conclusión, nos encontramos ante un mercado de casi 950.000 toneladas en el año 2019, de las cuales el 64,8% fueron importaciones, y en el que en los últimos años se ha producido un aumento de los niveles de dependencia con el exterior.

Las importaciones japonesas en 2019 alcanzaron un máximo histórico de 615.409 toneladas. De ellas 340.515 toneladas corresponden a carne congelada y 274.893 toneladas a carne refrigerada. En términos de valor, sin embargo, la partida de carne fresca o refrigerada cobra mayor importancia que la de congelada, con 231.609 millones de JPY (unos 1.900 millones de €¹), frente a los 152.857 millones de JPY (unos 1.250 millones de €) de la carne congelada.

Dicha evolución se ha debido especialmente a la partida de carne de vacuno fresca o refrigerada (aumento del 34,3% en volumen, y del 27% en valor). Mientras que las importaciones de carne congelada han incrementado un 17,6% su volumen, pero mermado su valor en un 1%.

En general, el mercado japonés está dominado por tres actores principales: Japón, Australia y EE. UU. Otros actores secundarios son Canadá, Nueva Zelanda y México. La producción japonesa se divide esencialmente en tres categorías: *Wagyu*, producto utilizado en platos *gourmet* (46% de la producción), ganado lechero (26,9% del total) y ganado híbrido, variante que más ha crecido por su alta rentabilidad hasta alcanzar el 25,4% de la producción. El 1,7% restante correspondería a otros tipos de ganado de presencia anecdótica.

Australia se sitúa como el principal exportador de carne de vacuno a Japón (47,6% de las importaciones), seguido de EE. UU. (un 40,5% del total). No obstante, para el periodo 2015-2019, las exportaciones de EE. UU. han presentado un crecimiento, de casi el 31,9%, muy superior al de las australianas que, de hecho, se han reducido un -4,3%.

Si se atiende a los resultados obtenidos en función de las diferentes tipologías de carne de vacuno, EE. UU. se posiciona como el principal exportador en carne fresca o refrigerada, seguido muy de

¹ Todos los precios mostrados en euros en este Estudio se corresponden con el factor de conversión 1 euro = 122,01 yen. Es, según los datos oficiales ofrecidos por el Banco Central Europeo, el tipo de cambio medio del año 2019.



cerca y con valores casi idénticos por Australia que, por su parte, ocupa la primera posición en lo que a carne congelada se refiere. Si a estos dos países, se le añaden las exportaciones de Canadá, Nueva Zelanda y México, se alcanza una cuota exportadora por valor de más del 99%.

Las importaciones japonesas de carne de ovino son mucho menores que las de carne de vacuno, alcanzando las 21.960 toneladas y los 20.709 millones de JPY (unos 170 millones de €). En términos globales las importaciones han experimentado un incremento en el periodo 2015-2019 del 21% en volumen y del 28% en valor.

Australia lidera las exportaciones de carne de ovino, con unas cifras de 14.523 toneladas y 13.389 millones de JPY en el año 2019 (65% del valor total de las importaciones japonesas). Ello supone unos valores muy similares a los del año 2018. Nueva Zelanda, (33% del valor total importado) con 7.012 toneladas y 6.864 millones de JPY, se sitúa como el principal competidor de Australia, al haber crecido sus exportaciones un 27% en volumen y un 37% en valor.

Si bien estos dos actores se reparten el 98% del mercado, cabe destacar la evolución de las exportaciones islandesas, así como la reciente introducción de las exportaciones de Francia y EE. UU., a las cuales se han sumado en el 2019 las de Argentina y Reino Unido, entre los principales exportadores, aunque a mucha distancia de los primeros puestos.

Los aranceles generales a la importación para la carne de vacuno se sitúan en el **38,5%**, excepto en los casos de EE. UU. y los de aquellos países que forman parte del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP11), así como los de la UE gracias al Acuerdo de Partenariado Económico entre la Unión Europea y Japón (EPA por sus siglas en inglés). Para los países de la UE el arancel previo a las exportaciones de vacuno del 38,5% se redujo al 27,5% tras la entrada en vigor del acuerdo, actualmente se sitúa en el **25,8%** y, a partir del 1 de abril de 2021 (fecha que marca el inicio del año fiscal en Japón), será del **25,0%**. Este porcentaje se irá reduciendo paulatinamente en los próximos años hasta alcanzar un arancel fijo del 9% en el 2033. En el caso de la carne de ovino, **el arancel es del 0%** para las exportaciones de todos los países.

La importación de productos de vacuno y ovino se encuentra prohibida para todos aquellos países que han experimentado episodios de Encefalopatía Espongiforme Bovina, dicha prohibición puede ser vencida mediante una negociación bilateral para llegar a un protocolo entre Japón y el país afectado respecto a las condiciones sanitarias que deben cumplirse para permitir la entrada de este producto. En el caso de España, esta prohibición ha estado en vigor hasta el 15 de enero de 2020, por lo que las carnes de origen bovino, ovino y caprino pueden ser exportadas actualmente desde España a Japón.

En relación con el consumo de carne de vacuno, se estima que este siga aumentando hasta los 7,19 kilos anuales per cápita en 2027. En contraste, se espera una leve contracción en el consumo per cápita anual de ovino en Japón, hasta los 0,13 kilos en 2027. El área de mayor consumo de



este tipo de carne es la región de Hokkaido, la más septentrional del país, al ser la de mayor tradición culinaria de este producto.

El mayor consumo de carne de vacuno se localiza en la población joven (15-29 años), pero este ha disminuido en los últimos años. En paralelo se está produciendo un aumento en el consumo de los grupos de mayor edad. Este crecimiento se concentra en las franjas de 50-59 años y más de 70, como consecuencia de su alto contenido proteico y sus beneficios para la salud. En el caso de la carne de ovino, en los últimos años se ha detectado un aumento de la demanda de la carne de ovino por parte de la población joven.

El consumo de carne de *wagyu* con alto nivel de marmoleado suele ser puntual y en restaurantes de lujo. No obstante, su elevado precio ha derivado en su paulatina sustitución por otras carnes extranjeras de alta calidad, pero de precio inferior. La demanda de vacuno extranjero es muy variada, y se dirige tanto a un público de alto nivel adquisitivo como al producto procesado y de cadenas de comida rápida. Más de la mitad del consumo de vacuno se concentra en el canal Horeca. Cabe mencionar el aumento de la popularidad de las barbacoas en los últimos años.

Aunque el mercado de la carne de vacuno en Japón se encuentra en fase de **madurez**, se espera que, según datos de Euromonitor, crezca un 9,2% en el periodo 2019 – 2024. Todo ello debido al aumento del consumo de carne entre los japoneses (que contrarresta el descenso de población), así como el estancamiento de la producción nacional.

En el caso de la carne de ovino se prevé un ligero incremento en los próximos años, entre el 2% y el 3% para el periodo 2019 – 2024. Las previsiones sobre este tipo de carne son más complejas dado el tamaño más limitado de su mercado y las dinámicas sociodemográficas del país.

Dada la amplia presencia y tradición de los productos procedentes de Australia, EE. UU. y Nueva Zelanda, así como su mayor cercanía geográfica, España no se encuentra en condiciones para competir en igualdad de condiciones. La opción preferente para las empresas españolas pasa por una estrategia de mercado de posicionamiento en el mercado *gourmet*, ámbito en el que carne de origen europeo posee mayor relevancia.

2. Definición del sector

El mercado de la carne de vacuno y de ovino, de acuerdo con la nomenclatura **TARIC**, se encuentra definido bajo las partidas arancelarias 02.01 «Carne de vacuno fresca o refrigerada», 0202 «Carne de vacuno congelada» y 02.04 «carne de oveja o cabra, fresca, refrigerada o congelada». De esta forma quedan fuera de este análisis los productos cárnicos de origen caprino, así como aquellos productos referidos a los despojos comestibles (partidas del capítulo 16, «Conservas de carne o pescado»), debido a su poca importancia en el mercado.

TABLA 1. PARTIDAS ARANCELARIAS DE LA CARNE DE VACUNO Y DE OVINO

	Código	Producto
Carne de vacuno fresca o refrigerada	0201.10	En canales o medios canales (<i>Carcasses and half-carcasses</i>)
	0201.20	Los demás cortes (trozos) sin deshuesar (<i>Other cuts with bone in</i>)
	0201.30	Deshuesados (<i>boneless</i>) ²
Carne de vacuno congelada	0202.10	En canales o medios canales (<i>Carcasses and half-carcasses</i>)
	0202.20	Los demás cortes (trozos) sin deshuesar (<i>Other cuts with bone in</i>)
	0202.30	Deshuesado (<i>boneless</i>)
Carne de ovino, fresca o refrigerada	0204.10	Carne de cordero en canales o medios canales (<i>Carcasses and half-carcasses of lamb</i>)
	0204.21	Las demás carnes de ovino en canales o medios canales (<i>Other meat of sheep, Carcasses and half-carcasses</i>)
	0204.22	Los demás cortes (trozos), sin deshuesar (<i>Other cuts with bone in</i>)
	0204.23	Deshuesado (<i>Boneless</i>)
Carne de ovino, congelada	0204.30	Carne de cordero en canales o medios canales (<i>Carcasses and half-carcasses of lamn</i>)
	0204.41	Las demás carnes de ovino en canales o medios canales (<i>Other meat of sheep, carcasses and half-carcasses</i>)
	0204.42	Los demás cortes (trozos) sin deshuesar (<i>other cuts with bone in</i>)
	0204.43	Deshuesado (<i>boneless</i>)

Fuente: elaboración propia con datos de Japan Customs.

² El sistema estadístico japonés divide además esta categoría según la parte del bovino utilizada: 0202.30.010, Lomo deshuesado (*Loin, boneless*); 0202.30.020 Filete de aguja, terrón y codillo, deshuesado (*Chuck, clod and round, boneless*); 0202.30.030, Pecho y falda, deshuesado (*Brisket and plate, boneless*) y 0202.30.090, Otros, deshuesado (*Others, boneless*).

3. Oferta – Análisis de competidores

3.1. Tamaño del mercado

La **producción de carne de vacuno** en Japón se ha situado en los últimos años en torno a las 330.000 toneladas, de las cuales la práctica totalidad se dedica al **consumo interno**: solo un 0,4% se destina a la exportación. La producción nacional se ha mantenido estable desde 2015, presentando mínimas variaciones anuales. En contraste, las **importaciones** han experimentado un **crecimiento** del 24,5% en el periodo 2015-2019, el cual ha sido especialmente pronunciado desde 2017. El año 2019 ha supuesto un nuevo máximo, al alcanzar las importaciones las 615.409 toneladas. Del total de vacuno vendido en el mercado japonés, el 34,7% es de producción nacional, el 30% es vacuno australiano y el 25%, estadounidense.

En conclusión, nos encontramos ante un mercado de unas 950.000 toneladas en el año 2019, de las cuales casi el 65% fueron importaciones, y si bien en los últimos años las exportaciones japonesas se han incrementado, se consolida el aumento de los niveles de **dependencia con el exterior**.

TABLA 2. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LA CARNE DE VACUNO EN JAPÓN: PRODUCCIÓN, IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES
(Toneladas)

	2015	2016	2017	2018	2019	% Variación
Producción	332.416	324.160	329.691	332.851	329.647	-0,8%
Importaciones	493.986	503.226	572.940	607.793	615.409	24,5%
Exportaciones	738	904	1.372	1.653	4.339	487,9%
Total	827.140	828.290	904.003	942.297	949.395	14,7%
% Importaciones	60%	61%	63%	64%	65%	

Fuente: elaboración propia con datos de *Trade Statistics of Japan* y *Agriculture & Livestock Industries (ALIC)* (2020)

Mientras, el tamaño del mercado de la **carne de ovino** en Japón se sitúa en torno a las 22.000 toneladas. La **producción** nacional es **prácticamente inexistente**: según los últimos datos publicados por la FAO, en 2018 se produjeron 188 toneladas de carne de ovino en todo el país, las cuales fueron enteramente dedicadas al consumo interno. La práctica totalidad del mercado **depende de las importaciones**, que han aumentado un 24% en el periodo 2015-2019. Los principales actores del mercado son Australia y Nueva Zelanda, con un 65% y 32% respectivamente del valor importador por Japón.

TABLA 3. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LA CARNE DE OVINO EN JAPÓN: PRODUCCIÓN, IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES

(Toneladas)

	2015	2016	2017	2018	2019 ³
Producción	173	179	184	188	-
Importaciones	18.139	19.642	21.735	24.154	21.960 ⁴
Exportaciones	0	0	0	0	0
Total	18.312	19.821	21.919	24.342	-
% Importaciones	99%	99%	99%	99%	

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan y FAO.

3.2. Producción local

La producción de **carne de vacuno** japonesa supone, un 34,7% del consumo nacional. Según los últimos datos disponibles del Ministerio de Agricultura, Bosques y Pesquerías de Japón (en adelante MAFF) de 2018, las tres principales categorías de ganado vacuno producido en Japón son:

- **Wagyu:** producto autóctono muy apreciado por su intenso marmoleado y utilizado para la preparación de platos *gourmet* de alto coste. Supone un 46% de la producción. En consecuencia, un 15% del consumo de vacuno en Japón es de carne de wagyu.
- **Ganado lechero:** carne de menor calidad, debido a su mayor edad (26,9% del total producido).
- **Ganado híbrido:** principalmente formado por el cruce de *wagyu* con la raza estadounidense Angus. La combinación de la alta calidad del *wagyu* con el mayor tamaño de la raza Angus permite obtener una rentabilidad mayor que la de la carne puramente japonesa, lo que ha derivado en un aumento de su producción (25,4% del total en 2018).


GRÁFICO 1. PRODUCCIÓN JAPONESA DE CARNE DE VACUNO SEGÚN CATEGORÍAS

(Miles de toneladas)


 Fuente: elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón [酪農・肉用牛をめ](#)
³ Datos de la FAO no disponibles al momento de realizar el presente Estudio.

⁴ Dato de Aduanas Japonesas.

La raza wagyu se divide en cuatro tipos: la **negra**, la **cuernicorta**, la **marrón** y la **mocha**. La inmensa mayoría de la carne wagyu pertenece a la raza negra. La cría de wagyu se encuentra muy regulada por el gobierno japonés: existen un total de 300 tipos certificados. Algunas de las variedades con mayor reputación son la carne de **Kobe**, la carne de **Matsusaka**, la carne de **Omi** o la carne de **Yonezawa**. Todas ellas protegidas bajo el sistema de indicaciones geográficas japonés, que está reconocido por parte de la UE.

Geográficamente, la cría de vacuno se concentra en tres regiones: el área de **Kyushu/Okinawa**, la región de **Hokkaido** y la de **Tohoku**. Las prefecturas con mayor número de ganado son **Hokkaido**, **Kagoshima** y **Miyazaki**.

Pese al sostenimiento de la producción nacional en los últimos años, el sistema ganadero japonés ha encontrado dificultades para satisfacer la demanda interna como consecuencia del envejecimiento de los ganaderos (más de la mitad tienen una edad superior a los 70 años). En el caso concreto de la carne de *wagyu*, los altos requisitos del gobierno japonés generan cada vez mayores dificultades para soportar el coste de mantenimiento del ganado, el cual requiere un tiempo de cría medio dos veces superior que el de otras razas.

Para solventar esta situación, en los últimos años se han aplicado medidas para aumentar la productividad de las explotaciones de vacuno. Gracias a ello, desde 2013 se han ido reduciendo el número de granjas y aumentando el número de cabezas de ganado por establecimiento.

Mientras, la producción de **carne de ovino** se reduce a cantidades mínimas: menos del 1% del consumo proviene del producto nacional. Este se encuentra principalmente en la prefectura de **Hokkaido**. La inmensa mayoría del ovino criado en Japón es de la raza **Suffolk**, tipo de oveja criada tanto para la producción de lana como por su carne. Su producción se obtiene a través de ganadería extensiva. Al contrario que en el caso de la carne de vacuno, la poca regulación y reducidas ayudas gubernamentales derivan en un producto poco homogéneo a nivel nacional.

3.3. Importaciones

3.3.1. Importaciones totales de carne de vacuno

Las importaciones de carne de vacuno de Japón se han situado en los últimos años entre las 500.000 y 600.000 toneladas, alcanzando en 2019 las 615.409 toneladas. De ellas, 340.515 toneladas corresponden a carne congelada y 274.893 toneladas a carne fresca o refrigerada. En términos de valor, sin embargo, la partida de **carne fresca o refrigerada** cobra mayor importancia que la de congelada, con 231.609 millones de JPY (unos 1.900 millones de €), frente a los 152.857 millones de JPY (unos 1.250 millones de €) de la **carne congelada**.

El conjunto de las importaciones japonesas ha experimentado un crecimiento en el período 2015-2019 del 24% en volumen y del 14% en valor. Dicha evolución se ha debido especialmente a la

partida de carne de vacuno fresca o refrigerada (aumento del 34% en volumen, y 27% en valor). Mientras que las importaciones de carne congelada han obtenido un incremento del 17% en volumen, pero una merma del 1% en cuanto a su valor.

TABLA 4. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES JAPONESAS DE CARNE DE VACUNO
(Toneladas y Millones de JPY)

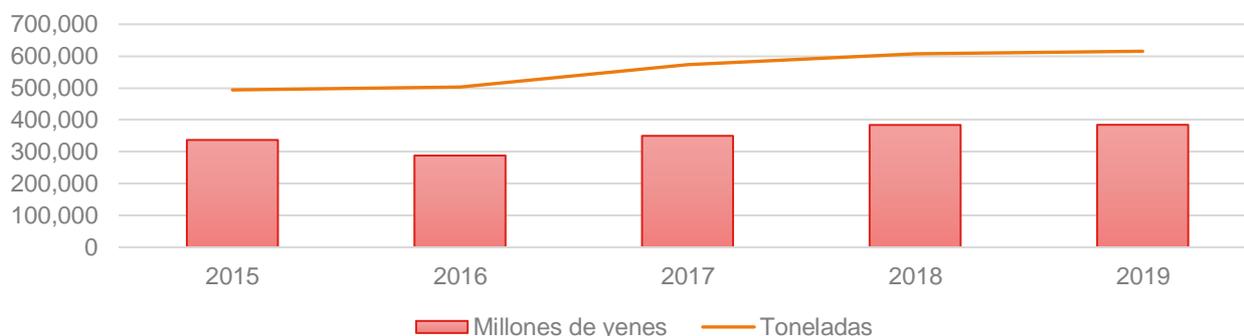
	2015		2016		2017		2018		2019	
	Volumen	Valor								
Fresca / Refrigerada	204.668	182.348	229.110	180.038	265.849	216.146	279.149	232.474	274.893	231.609
Congelada	289.317	154.521	274.116	107.972	307.090	133.623	328.644	151.466	340.515	152.857
Total	493.986	336.869	503.226	288.009	572.940	349.769	607.793	383.941	615.408	384.466

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

El **conjunto** de las importaciones japonesas ha experimentado un **crecimiento** en el período 2015-2019 del 24% en volumen y del 14% en valor. Dicha evolución se ha debido especialmente a la partida de carne de vacuno fresca o refrigerada (aumento del 34% en volumen, y 27% en valor). Mientras que las importaciones de carne congelada han obtenido un incremento del 17% en volumen, pero una merma del 1% en cuanto a su valor.

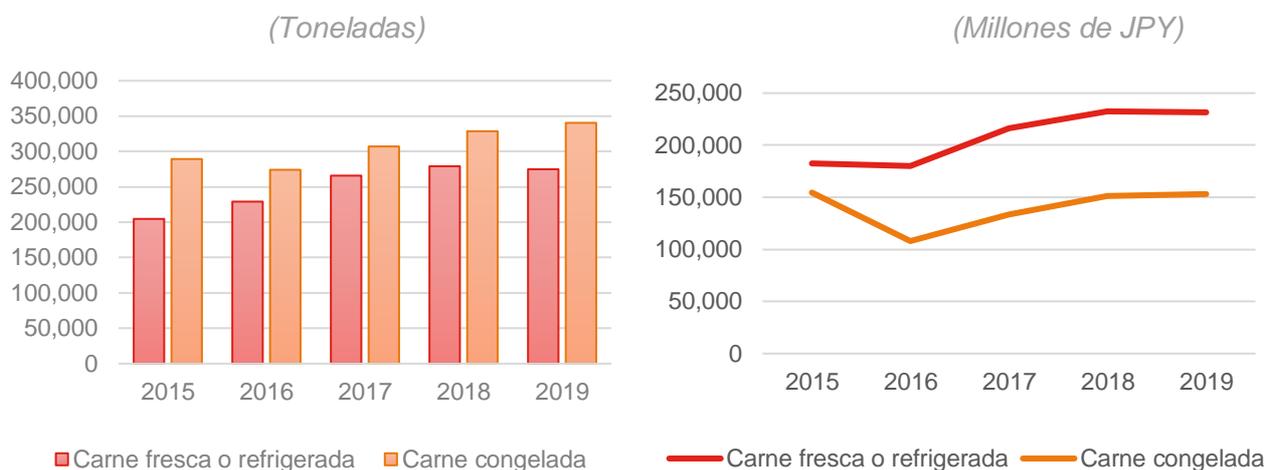
La **carne congelada** ha recuperado en 2019 el **valor** del que gozaba en 2015 y que había perdido en **2016**, cuando sufrió un **drástico descenso** del 30% fruto de los problemas de producción de Australia, principal socio comercial de Japón en este sector. Sin embargo, debe notarse que el volumen importado por Japón de este tipo de producto es sustancialmente mayor al de 2015, en concreto de un 30%, lo que indica un precio medio en 2019 bastante menor al de 2015.

GRÁFICO 2. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES JAPONESAS DE CARNE DE VACUNO
(Toneladas y Millones de JPY)



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

En cuanto a las importaciones de **carne fresca o refrigerada**, en 2019 estas han **consolidado** el crecimiento que han experimentado en los últimos años.

GRÁFICOS 3 Y 4. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y DEL VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DE CARNE DE VACUNO A JAPÓN, SEGÚN SUBPARTIDAS


Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

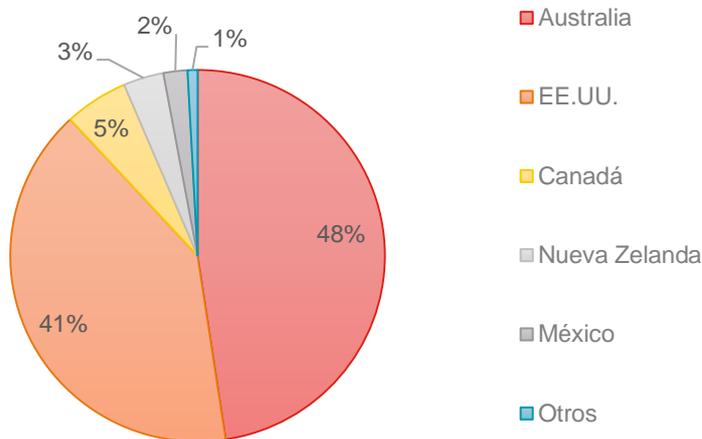
El mercado de la carne de **vacuno** cuenta con dos grandes actores: **Australia** y **EE. UU.**, los cuales suman el 89% del valor de las importaciones japonesas de esta carne. Otros exportadores de menor relevancia son Canadá, Nueva Zelanda y México (10% del valor total entre los tres países). Existen exportaciones de carácter residual (1%) procedentes de países europeos (Polonia, Reino Unido, Irlanda, Italia, Francia, Países Bajos, Austria y Dinamarca), de países sudamericanos (Uruguay, Argentina, Panamá, Chile y Nicaragua) y de Vanuatu.

TABLA 5. EVOLUCIÓN EN VOLUMEN Y VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE VACUNO FRESCA, REFRIGERADA Y CONGELADA A JAPÓN
 (Toneladas y millones de JPY)

	2015		2016		2017		2018		2019	
	Volumen	Valor								
Australia	288.581	191.353	272.824	156.654	287.511	173.975	311.682	189.050	293.500	183.007
EE. UU.	165.427	118.037	192.122	109.725	239.580	150.584	247.428	165.455	241.069	155.733
Canadá	9.941	5.540	13.458	5.566	18.711	8.011	21.265	10.205	42.900	21.091
Nueva Zelanda	16.652	13.035	16.393	11.294	15.758	11.210	13.948	11.315	18.571	13.374
México	11.840	8.009	7.352	3.944	9.389	4.833	12.433	7.301	14.519	7.961
Otros	1.545	895	1.077	826	1.990	1.156	701	614	4.850	3.301
Total	493.986	336.869	503.226	288.009	572.939	349.769	607.457	383.940	615.409	384.467

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

GRÁFICO 5. PORCENTAJE DE EXPORTACIONES SEGÚN EL VALOR DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE CARNE DE VACUNO FRESCA, REFRIGERADA Y CONGELADA A JAPÓN



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

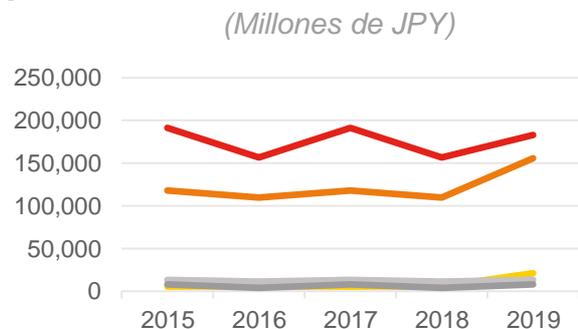
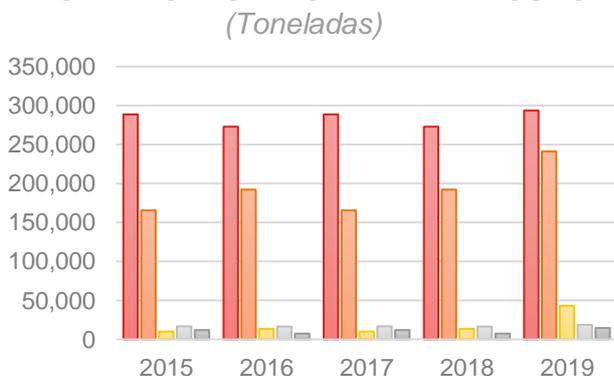
Para el periodo 2015-2019, las exportaciones de EE. UU. han presentado un crecimiento del 45,7%, mientras que las australianas solo lo han hecho en un 1,7% en ese mismo período.

A pesar de este dato, tanto el valor y el volumen de las exportaciones estadounidenses de 2019, han descendido con respecto al 2018. Esta circunstancia podría venir explicada por la retirada de EE. UU. del TPP, lo que habría impedido que

se beneficiase de la reducción arancelaria aplicada en 2019. Sin embargo, desde enero de 2020, EE. UU., tras una negociación bilateral con Japón, ha conseguido un arancel equivalente al del TPP.

El resto de los actores del mercado queda completado por Canadá, Nueva Zelanda y México, aunque con cifras muy inferiores a las de Australia y EE. UU.; además de una serie de países (ya mencionados) que cuentan con cifras de exportación anecdóticas. Mientras que las exportaciones de Nueva Zelanda y México se han mantenido bastante estables en los últimos años, el caso de Canadá es diferente al presentar un incremento del valor de sus exportaciones del 280%, así como un 331% de su volumen. Debe notarse que estos 5 países están integrados en la [International Beef Alliance](#) y que, aunque **compiten** entre sí, también **cooperan** para mantener su posición.

GRÁFICOS 6 Y 7. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y DEL VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE VACUNO A JAPÓN



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

3.3.2. Importaciones de carne de vacuno fresca o refrigerada

En el caso de la **carne de vacuno fresca o refrigerada**, **EE. UU.** se posiciona en 2019 como el primer exportador a Japón, en términos tanto de volumen como de valor, tras haber superado a Australia en 2017. Sin embargo, las cifras de ambos países en el 2019 han sido extremadamente parejas.

EE. UU. obtuvo en 2019 unos resultados de 126.907 toneladas y 107.127 millones de JPY, (unos 880 millones de €), es decir han crecido un 87% en volumen y un 73% en valor durante el periodo 2015-2020. Por su parte, las exportaciones **australianas** se situaron en 2019 en las 125.164 toneladas y los 105.353 millones de JPY (unos 860 millones de €). A pesar de la reducción de sus exportaciones en el año 2016 por problemas de producción nacional, el país recuperó en 2018 los niveles de 2015, habiéndolos mantenido en 2019.

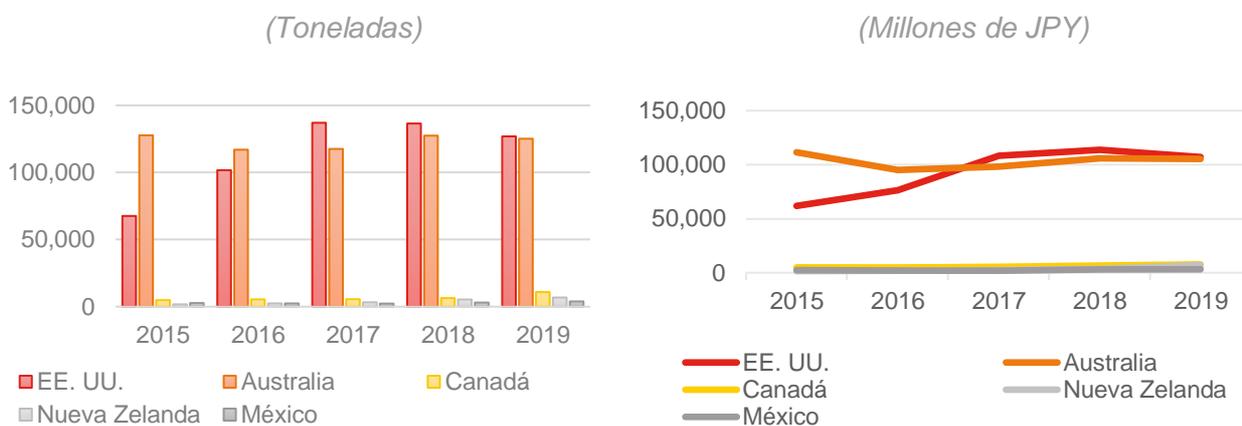
Las exportaciones del resto de países apenas suponen un 8% del valor total. **Canadá**, tercer mayor proveedor del mercado, exportó 10.904 toneladas de carne de vacuno fresca o refrigerada en 2019. Destacan el avance de este país, que ha visto incrementarse el volumen de sus exportaciones en un 525% y el valor de estas en un 412% en el periodo 2015-2019. Nueva Zelanda y México mantienen un avance moderado pero constante.

TABLA 6. EVOLUCIÓN EN VOLUMEN Y VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE VACUNO FRESCO O REFRIGERADO A JAPÓN
(Toneladas y millones de JPY)

	2015		2016		2017		2018		2019	
	Volumen	Valor								
EE. UU.	67.592	61.819	101.725	76.159	137.025	108.112	136.492	113.753	126.907	107.127
Australia	127.704	111.425	116.978	95.070	117.562	98.178	127.447	105.599	125.164	105.353
Canadá	1.743	1.490	2.452	1.713	3.286	2.173	5.346	3.647	10.904	7.643
Nueva Zelanda	4.870	4.891	5.441	4.919	5.576	5.501	6.403	6.424	6.831	6.932
México	2.712	2.590	2.422	1.946	2.314	1.958	3.061	2.859	3.917	3.183
Otros	47	133	93	230	87	224	65	192	1.171	1.371
Total	204.668	182.348	229.111	180.037	265.850	216.146	278.814	232.474	274.894	231.609

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

GRÁFICOS 8 Y 9. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y DEL VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE VACUNO FRESCA O REFRIGERADA A JAPÓN



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

3.3.3. Importaciones de carne de vacuno congelada

Australia y **EE. UU.**, en ese orden, encabezan de nuevo los primeros puestos de exportación de **carne de vacuno congelada** a Japón: en total, los dos países representan el 82% de las importaciones de este producto en Japón. En términos absolutos, las exportaciones australianas fueron en 2019 de 168.336 toneladas y 77.654 millones de yen (unos 636 millones de €), y las estadounidenses de 114.161 toneladas y 48.605 millones de yen (unos 400 millones de €). Este es un párrafo perfecto para cuando queremos dar datos de toneladas, yen y euros de forma clara y concisa.

Si bien EE. UU. ha visto incrementar ligeramente el volumen de sus importaciones en 2019, caso contrario ha sido el australiano, que ha experimentado un descenso en el volumen de sus exportaciones de casi 16.000 toneladas.

Ambos países han visto descender moderadamente el valor de sus exportaciones. En total, el valor de las exportaciones australianas ha disminuido un 6,9%, y el de las estadounidenses lo ha hecho un 6% en el periodo 2015-2020. A gran distancia de estos dos actores se sitúan las exportaciones de **Canadá**, Nueva Zelanda y México, con unos valores de, respectivamente, 31.995, 11.739 y 10.061 toneladas.

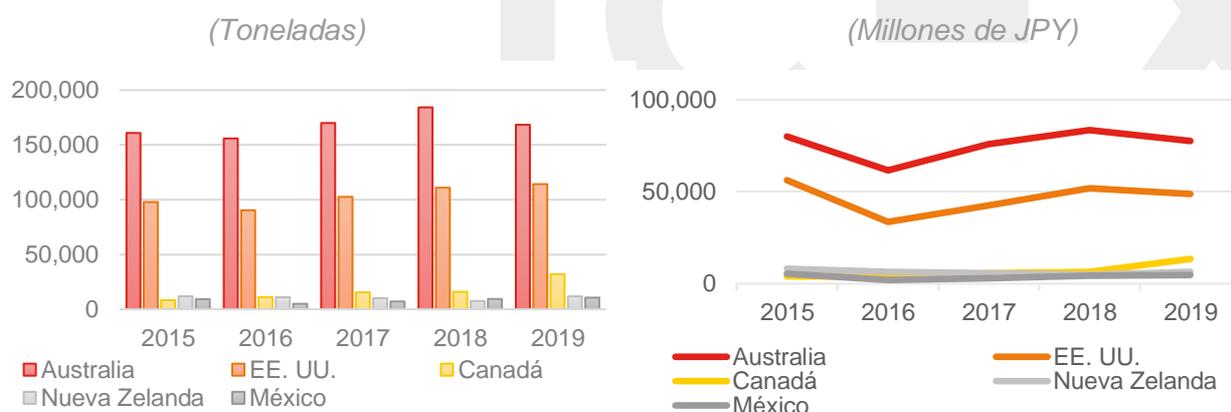
TABLA 7. EVOLUCIÓN EN VOLUMEN Y VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE VACUNO CONGELADA A JAPÓN

(Toneladas y millones de JPY)

	2015		2016		2017		2018		2019	
	Volumen	Valor								
Australia	160.876	79.928	155.845	61.583	169.950	75.796	184.234	83.451	168.336	77.654
EE. UU.	97.835	56.218	90.397	33.566	102.555	42.472	110.936	51.702	114.161	48.605
Canadá	8.198	4.050	11.006	3.853	15.425	5.838	15.919	6.558	31.995	13.448
Nueva Zelanda	11.782	8.144	10.953	6.375	10.173	5.710	7.545	4.891	11.739	6.441
México	9.128	5.419	4.930	1.998	7.075	2.875	9.372	4.442	10.601	4.777
Otros	1.498	762	985	597	1.912	932	638	422	3.683	1.932
Total	289.317	154.521	274.116	107.972	307.090	133.623	328.644	151.466	340.515	152.857

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

GRÁFICOS 10. Y 11. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y DEL VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DE CARNE DE VACUNO CONGELADA A JAPÓN



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

3.3.4. Importaciones de carne de ovino

Las importaciones japonesas de carne de ovino son mucho **menores** que las de carne de vacuno, alcanzando las 21.959 toneladas y los 20.708 millones de JPY (unos 170 millones de €). Estas se distribuyen entre la carne fresca o refrigerada y el producto congelado. Las primeras obtuvieron unas cifras de 9.545 toneladas en 2019, mientras que las importaciones de carne de ovino congelada se situaron en las 12.414 toneladas. En términos de valor, la partida de importaciones de carne fresca o refrigerada posee, sin embargo, una mayor relevancia, con 11.499 millones de JPY (unos 94 millones de €) frente a los 9.209 millones de JPY (unos 75 millones de €) de la carne congelada.

TABLA 8. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES JAPONESAS DE CARNE DE OVINO
(Toneladas y Millones de JPY)

	2015		2016		2017		2018		2019	
	Volumen	Valor								
Fresca / Refrigerada	7.266	8.462	7.913	7.945	9.372	10.421	9.683	11.423	9.545	11.499
Congelada	10.873	7.681	11.730	6.387	12.363	8.137	14.471	10.388	12.414	9.209
Total	18.139	16.143	19.642	14.331	21.735	18.558	24.154	21.811	21.960	20.709

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

En términos globales las **importaciones** han experimentado un **incremento** en el periodo 2015-2020 del 21% en volumen y del 28% en valor. Este aumento ha sido principalmente impulsado por el incremento del valor de las importaciones, tanto de carne fresca o refrigerada (31% en volumen y 35% en valor), como congelada (14% en volumen y 19% en valor).

GRÁFICO 12. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES JAPONESAS DE CARNE DE OVINO
(Toneladas y Millones de JPY)



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

GRÁFICOS 13. Y 14. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y DEL VALOR DE LAS IMPORTACIONES JAPONESAS DE CARNE DE OVINO SEGÚN SUBPARTIDAS



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

Australia lidera las exportaciones de carne de ovino, con unas cifras de 14.523 toneladas y 13.389 millones de JPY en el año 2019, unos 110 millones de € (65% del valor total de las importaciones japonesas). Ello supone unos valores muy similares a los del año 2018.

Nueva Zelanda, (32% del valor total importado) con 7.012 toneladas y 6.864 millones de JPY (unos 54 millones de €), se sitúa como el principal competidor de Australia. Su tendencia ha sido positiva y en el periodo 2015-2019 sus exportaciones crecieron un 15% en volumen y un 32% en valor.

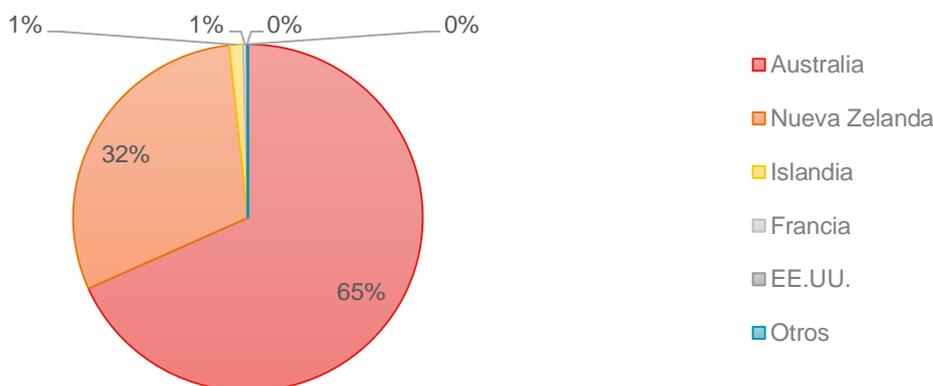
TABLA 9. EVOLUCIÓN EN VOLUMEN Y VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE OVINO FRESCA, REFRIGERADA Y CONGELADA A JAPÓN
(Toneladas y millones de JPY)

	2015		2016		2017		2018		2019	
	Volumen	Valor								
Australia	12.503	11.022	13.286	9.657	12.953	11.268	14.914	13.242	14.523	13.389
Nueva Zelanda	5.505	4.995	6.242	4.566	8.400	6.875	8.918	8.195	7.012	6.864
Islandia	122	104	104	82	274	190	226	190	332	280
Francia	-	-	-	-	91	204	71	155	71	142
EE. UU.	-	-	-	-	-	-	0,4	1,4	5	14
Otros	8	22	10	26	16	20	25	28	17	20
Total	18.138	16.143	19.643	14.331	21.735	18.558	24.154	21.811	21.960	20.709

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

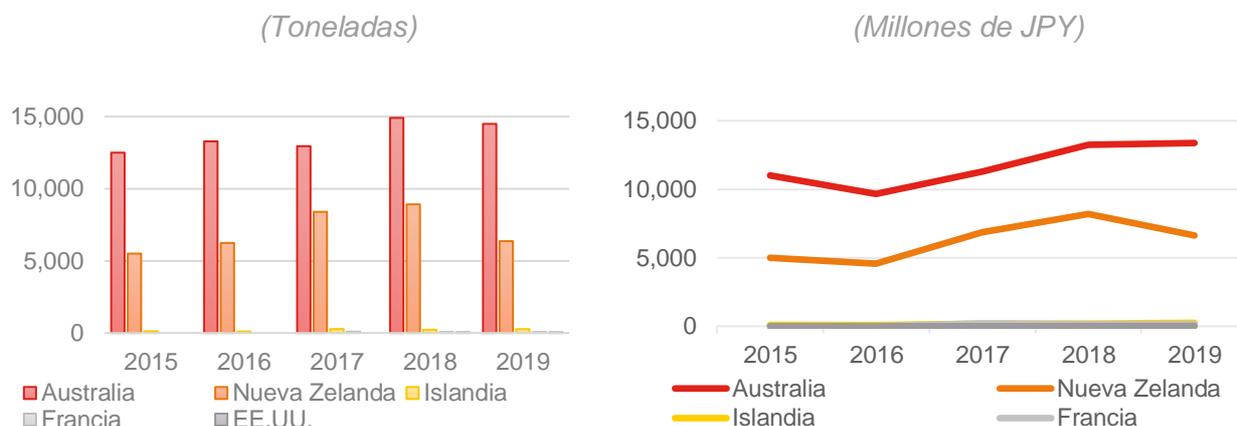
Las exportaciones de Australia y Nueva Zelanda se sitúan a una gran distancia de las exportaciones del resto de países, y suponen en conjunto un **97% del total**. Les siguen, a una enorme distancia, las islandesas y las francesas. En 2018 se iniciaron exportaciones desde EE. UU. siguiéndole, en 2019, otros países, como Argentina, Reino Unido y Hungría. Las exportaciones de estos países junto con las estadounidenses representan el 3% restante, lo que muestra que su presencia es, de momento, mínima.

GRÁFICO 15. PORCENTAJE DE EXPORTACIONES A JAPÓN SEGÚN EL VALOR DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE CARNE DE OVINO FRESCA, REFRIGERADA Y CONGELADA



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

GRÁFICOS 16. Y 17. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y DEL VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES A JAPÓN DE CARNE DE OVINO FRESCA, REFRIGERADA Y CONGELADA



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

3.3.5. Importaciones de carne de ovino fresca o refrigerada

Las exportaciones a Japón de **carne de ovino fresca o refrigerada** provienen principalmente de **Australia**, cuyas exportaciones suponen un 63% del total (6.215 toneladas y 7.330 millones de JPY, unos 60 millones de €), mientras que las de Nueva Zelanda alcanzan un 34% del cómputo (3.260 toneladas y 4.020 millones de JPY, unos 32 millones de €).

La tendencia de mercado indica una **creciente importancia de Nueva Zelanda**, cuyas exportaciones se han incrementado un 66% en el periodo 2015-2019. Mientras, las exportaciones australianas se han mantenido relativamente estables durante ese mismo período (aumento del 21% para el mismo periodo). Sin embargo, en el año 2019 las cifras de crecimiento con respecto al año 2018 de ambos países arrojan resultado diferenciados, ya que mientras Nueva Zelanda ha visto reducirse el valor de sus exportaciones en un 12%, Australia ha aumentado el valor de las suyas en 9%.

Las exportaciones del resto de actores son ínfimas; Francia se sitúa como el tercer exportador desde el año 2017, con unos valores de 63 toneladas y 130 millones de yen en 2019.

TABLA 10. EVOLUCIÓN EN VOLUMEN Y VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE OVINO FRESCO O REFRIGERADO A JAPÓN

(Toneladas y millones de JPY)

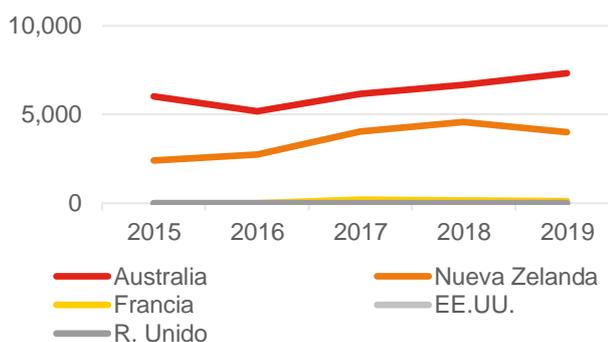
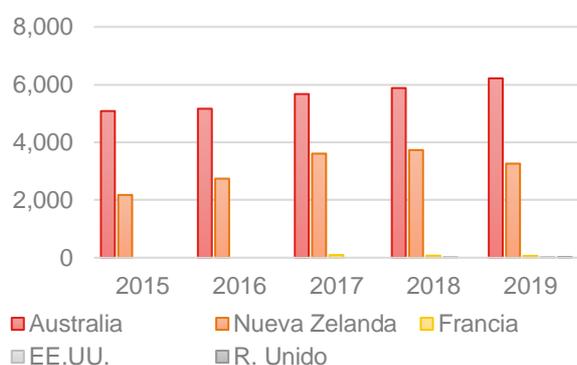
	2015		2016		2017		2018		2019	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Australia	5.083	6.029	5.163	5.185	5.672	6.185	5.880	6.687	6.215	7.330
Nueva Zelanda	2.174	2.410	2.739	2.733	3.607	4.026	3.731	4.579	3.260	4.020
Francia	-	-	-	-	91	204	71	155	63	130
EE. UU.	-	-	-	-	-	-	0,4	1,4	3	9
R. Unido	-	-	-	-	-	-	-	-	2	8
Otros	8	22	11	26	2	6	-	-	2	2
Total	7.265	8.461	7.913	7.944	9.372	10.421	9.682	11.422	9.545	11.499

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

GRÁFICOS 18. Y 19. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y DEL VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE OVINO FRESCA O REFRIGERADA A JAPÓN

(Toneladas)

(Millones de JPY)



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

3.3.6. Importaciones de carne de ovino congelada

En el caso de la **carne de ovino congelada** las exportaciones **australianas** alcanzan un 65% del total. En conjunción con las de **Nueva Zelanda** (30%) ambos países suman el 95% de las exportaciones. Australia ha visto incrementarse el valor de sus exportaciones en un 11% en el periodo 2015-2019, mientras que Nueva Zelanda lo ha hecho en un 12%.

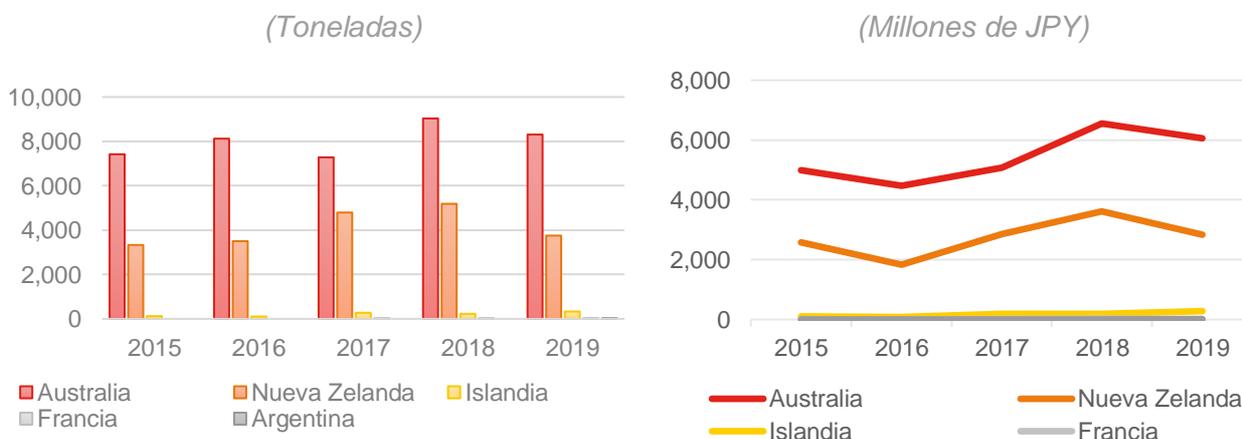
Australia logró en 2019 unas cifras de 8.307 toneladas y 6.059 millones de JPY (unos 50 millones de €), lo que supone un descenso del 7% en valor y del 8% en volumen para el periodo 2018-2019. Por su parte, Nueva Zelanda alcanzó las 3.752 toneladas y los 2.843 millones de JPY (unos 23 millones de lo que implica una caída del 27% en volumen y del 21% en valor en el último año.

TABLA 11. EVOLUCIÓN EN VOLUMEN Y VALOR DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE OVINO CONGELADA A JAPÓN
(Toneladas y millones de JPY)

	2015		2016		2017		2018		2019	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Australia	7.420	4.993	8.123	4.472	7.281	5.084	9.034	6.555	8.307	6.059
Nueva Zelanda	3.331	2.585	3.503	1.833	4.793	2.849	5.186	3.616	3.752	2.843
Islandia	122	104	104	82	274	190	226	190	332	280
Francia	0	0	0	0	14	15	26	28	7	11
Argentina	-	-	-	-	-	-	-	-	11	8
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	2	5
Total	10.873	7.682	11.730	6.387	12.363	8.137	14.471	10.388	12.414	9.209

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

GRÁFICOS 20. Y 21. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y DEL VALOR DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES DE CARNE DE OVINO CONGELADA A JAPÓN



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

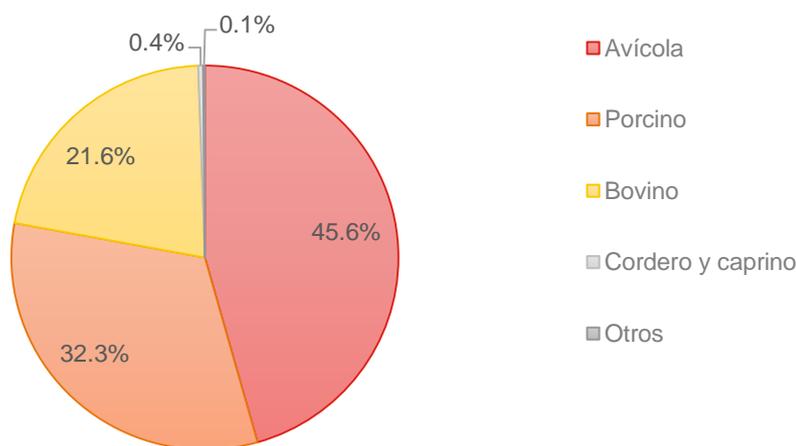
4. Demanda

4.1. Datos generales de demanda

Japón es el **segundo mayor mercado importador** del mundo de carne de **vacuno**, solo superado por EE. UU. Por otro lado, Japón se sitúa como el **noveno** mayor importador mundial de carne de **ovino**. El consumo de carne en el país, que había sufrido un retroceso significativo desde la aparición de la EEB⁵, ha venido aumentando constantemente desde 2004 y de manera especialmente intensa en los últimos años, en paralelo a la influencia de la **cocina occidental** y a la **disminución de la demanda de pescado**. Así, si bien, según datos del MAFF, los hogares japoneses desembolsaron, en sus cestas de la compra, de media 7.326 yen al año en 2018, en el 2019 esta cantidad se ha incrementado en un 3,4%, hasta los 7579 yen (unos 62 euros). A esto habría que sumar el consumo realizado en comida preparada para llevar y el canal horeca, ambos muy importantes en Japón.

Las regiones niponas con mayor consumo de carne son **Kansai, Kyushu y Okinawa**, donde los platos elaborados con carne cuentan con mayor tradición popular.

GRÁFICO 22. DEMANDA DE CARNE EN JAPÓN SEGÚN SUBTIPOS EN 2019



Fuente: Euromonitor International. Meat in Japan. (2020)

Según estos datos de Euromonitor, el volumen de carne vendida en Japón ha aumentado un 10,5% en el periodo 2015-2019, en todas las categorías. Un 15,6% en el caso del vacuno, que ha venido aumentando constantemente en los últimos años y apenas un 1,6% en la categoría de otras carnes, donde se

encuadraría la carne de ovino.

En términos de edad, el mayor consumo de carne de **vacuno** se localiza en la **población joven** (15-29 años). Sin embargo, debe tenerse en cuenta que el peso relativo de esta en el total poblacional ha disminuido en los últimos años, en paralelo a un pronunciado aumento en los grupos

⁵ Encefalopatía espongiforme bovina, conocida popularmente como la enfermedad de las vacas locas.

de mayor edad, dado el **envejecimiento** de la población nipona. Este crecimiento se concentra en las franjas de 50-59 años y más de 70, como consecuencia de su alto contenido proteico y sus beneficios para la salud. Existe una preferencia por parte de la población anciana por el consumo de la carne de vacuno japonesa por encima de la extranjera, ya que existe la creencia de que es una carne más blanca y digestible.

4.2. Hábitos de consumo

El consumo de **carne de vacuno** en Japón cuenta con una tradición de 150 años. El consumidor japonés asocia este producto a su riqueza de sabor y a su consumo en comidas familiares. Pese a que su demanda sea más reducida que la de la carne de porcino por su menor versatilidad y conveniencia, la carne de vacuno es considerada parte esencial de la dieta japonesa. En términos generales, el consumidor japonés tiene preferencia por la carne de ganado alimentado a base de grano, ya que es considerada como más saludable y blanda que aquella de animales alimentados con pasto.

Dentro de la gastronomía japonesa existen diversos platos de alta calidad enfocados en cada tipo de corte de vacuno, tales como el **shabu shabu** o el **sukiyaki**, el **teppanyaki**, el **gyudon**, el **yakiniku** y el **sashimi**, aunque este último se ha restringido en gran medida debido a incidentes sanitarios ocurridos hace 9 años. La preparación tradicional de carne de **wagyu** se basa en el formato de corte fino (**usugiri**) o en dados de solomillo en **yakiniku**.

Es también costumbre en Japón enviar un regalo a personas a quienes se está agradecido por favores recibidos durante el año antes de navidad (**oseibo**), y en verano (**ochugen**). Esta costumbre suele consistir en artículos de alimentación, donde uno de los regalos más populares es la carne de **sukiyaki**. El precio estándar de un **oseibo** con un set de carne **wagyu A5**⁶ ronda los 15.000 yen (unos 120 €) por un paquete de 500 gramos.

El consumo de carne de **wagyu** con alto nivel de marmoleado suele estar limitado a ocasiones puntuales y en restaurantes de lujo. La exclusividad de su sabor y su fuerte componente cultural generan una demanda diferenciada para este producto. No obstante, su elevado precio ha derivado en su paulatina sustitución por otras carnes extranjeras de alta calidad, pero de precio inferior.

Más de la mitad del consumo de vacuno se concentra en el canal **Horeca**. En paralelo a su uso en recetas tradicionales este también se realiza en recetas internacionales. Son también importantes las cadenas de **gyudon** y los restaurantes extranjeros. La práctica totalidad de la carne de origen europeo es consumida a través del canal Horeca, a excepción de la venta en tiendas **gourmet**.

⁶ La calidad más alta según el sistema de medición de la carne de **wagyu** en Japón.

Barbacoas y asadores se han popularizado en los últimos años. No obstante, algunas prácticas comunes en el extranjero como la preparación de entrecots todavía se encuentran en desarrollo.

Mientras, la **carne de ovino** posee una presencia menor pero muy arraigada en Japón. La inclusión de este alimento en la dieta japonesa apenas se remonta a los últimos 100 años y se limita al **jingisukan**, barbacoa japonesa al *grill* sobre una superficie cóncava. La carne de ovino en Japón se considera un mercado nicho, especialmente concentrado en las regiones de Hokkaido, por su tradición culinaria del *jingisukan*, y en el oeste de la isla de Honshu. El consumidor japonés prefiere el sabor del cordero por encima del de la oveja, ya que es más suave.

La gran mayoría del consumo se realiza a través del canal **Horeca**, principalmente en restaurantes **extranjeros** (especialmente de alta cocina francesa) y de *jingisukan* en Hokkaido. En los últimos años se han inaugurado numerosos restaurantes de *jingisukan* en las ciudades de Tokio y Osaka, y también aumentado la venta en restaurantes de *shabu shabu* de carne de ovino refrigerada.

La demanda de ovino en **supermercados y grandes almacenes** es de carácter reciente y se limita a la venta de **costillares**, debido a la poca cultura culinaria de este producto por parte del común de los consumidores japoneses, quienes no están familiarizados con la carne de ovino. Entre quienes lo consumen se valoran su sabor, bajo contenido en grasas y altos valores nutricionales.

Los principales factores de compra, tanto para la carne de origen vacuno como ovino son el **origen**, la **seguridad** y la **frescura**, siendo el primero el más importante. La **calidad** se sitúa **por encima del precio** en la decisión de compra. En el periodo comprendido entre 2014 y 2019, el gasto de los hogares japoneses en productos cárnicos ha aumentado un 5,8%, alcanzando los 90.950⁷ yen (unos 750 euros) anuales por hogar. Es importante saber que los japoneses consumen más carne que la adquirida para el hogar, dado que acostumbran a comer fuera o comprar *obentos* ya preparados, por lo que el consumo fuera del hogar es mucho más importante que en España.

Por último, es necesario tener en cuenta que los hábitos de consumo japoneses son distintos a los occidentales. Por ello, es recomendable realizar pequeñas adaptaciones a los productos destinados a la exportación a Japón:

- **Invasado:** en Japón es habitual hacer la compra diariamente; el gusto por la comida fresca y el aumento de los hogares unifamiliares hace que los paquetes de productos sean pequeños.
- **Sabor:** Muchos productos contienen grandes cantidades de ácido glutámico para producir el sabor tradicionalmente preferido por los japoneses. Bastantes alimentos incorporan grandes cantidades de agua y de aditivos, lo que además mantiene bajos los precios.

⁷ [THE 93RD STATISTICAL YEARBOOK OF MINISTRY OF AGRICULTURE, FORESTRY AND FISHERIES](#)

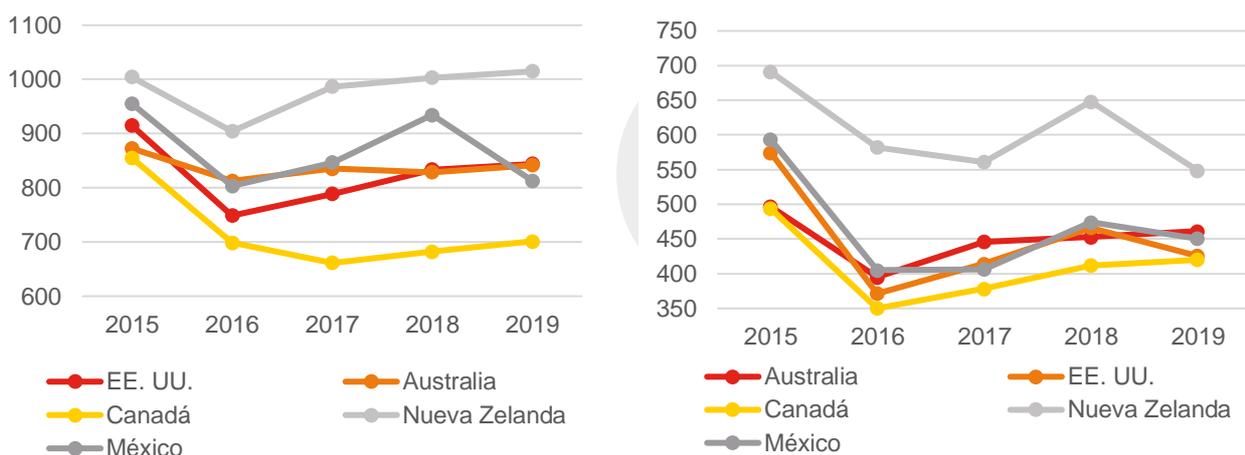
5. Precios

5.1. Precios de importación

Los precios de exportación de **carne de vacuno** muestran que, si bien **Australia** y **EE. UU.** son los mayores exportadores a Japón en términos absolutos, tanto en lo que se refiere a volumen como valor, el precio **CIF** de estos países, muestra que su **precio unitario es inferior** al de otros países.

GRÁFICOS 23 Y 24. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS CIF DE LAS EXPORTACIONES DE CARNE DE VACUNO FRESCA O REFRIGERADA (IZQUIERDA) Y CONGELADA (DERECHA)

(En JPY/kilo)



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

Es importante notar que todos los países presentes en estos gráficos, tal y como ya se ha mencionado anteriormente, están integrados en la [International Beef Alliance](#) y que, aunque compiten entre sí, también cooperan para mantener su posición.

En el caso de la **carne fresca o refrigerada**, el ranking de precios en 2019 fue liderado por **Nueva Zelanda**, con un precio medio de 1.014 JPY/kilo, seguida de EE. UU. Australia y México en un abanico de 844 a 812 JPY/kilo, estando, ya a mayor distancia Canadá (700 JPY/kilo). Los precios medios sufrieron una disminución general en el año 2016, tras el cual han experimentado una lenta pero constante recuperación, salvo el caso mexicano, que en 2019 ha vuelto a ver sus precios caer. La carne de **origen europeo** presenta un precio medio muy **superior** al del resto de exportadores, de 2.849 JPY/kg en 2019, ligeramente inferior al de 2018 (2.995 JPY/kg), al ser clasificado como un **producto gourmet**.

TABLA 12. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS CIF DE LAS EXPORTACIONES DE CARNE DE VACUNO FRESCA O REFRIGERADA

	2015		2016		2017		2018		2019	
	JPY/kilo	€/kilo	JPY/kilo	€/kilo	JPY/kilo	€/kilo	JPY/kilo	€/kilo	JPY/kilo	€/kilo
Nueva Zelanda	1004	8,30	904	7,47	986	8,15	1003	8,29	1014	8,31
EE. UU.	915	7,56	749	6,19	789	6,52	833	6,89	844	6,91
Australia	873	7,21	813	6,72	835	6,90	829	6,85	841	6,89
México	955	7,89	804	6,64	846	6,99	934	7,72	812	6,65
Canadá	855	7,06	699	5,77	661	5,47	682	5,64	700	5,73
UE	2904	24,00	2476	20,47	2586	21,37	2995	24,75	2.849	23,35

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

En el caso de la **carne congelada**, el ranking de precios en 2019 fue liderado por **Nueva Zelanda**, con un precio medio de 548 JPY/kilo, seguida de los demás países, que cuentan con precios similares entre sí, oscilando entre los 450 JPY/kilo de Australia y los 420 de Canadá JPY/kilo. Los precios medios sufrieron una drástica disminución general en el año 2016, con una recuperación hasta 2018, siendo que, en 2019, algunos de estos países han visto como sus precios medios se incrementaban ligeramente, mientras que otros, especialmente Nueva Zelanda, volvían a caer. El precio medio de las exportaciones europeas ha experimentado acusadas variaciones a lo largo de los últimos años, consecuencia de su bajo volumen.

TABLA 13. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS CIF DE CARNE DE LAS EXPORTACIONES DE VACUNO CONGELADA

(En JPY/kilo y euro/kilo)

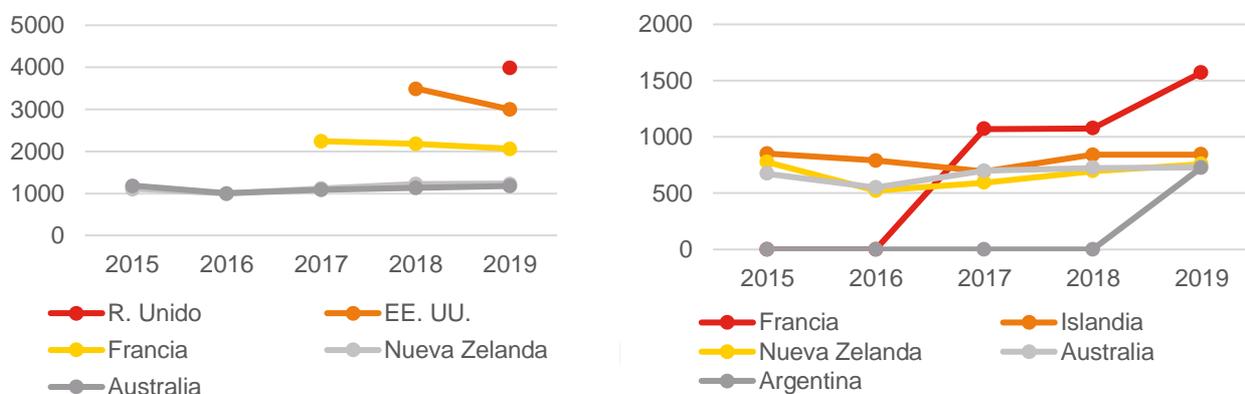
	2015		2016		2017		2018		2019	
	JPY/kilo	€/kilo								
Nueva Zelanda	691	5,71	582	4,81	561	4,64	648	5,36	548	4,49
Australia	497	4,11	395	3,27	446	3,69	453	3,74	461	3,77
México	594	4,91	405	3,35	406	3,36	474	3,92	450	3,68
EE. UU.	575	4,75	371	3,07	414	3,42	466	3,85	425	3,48
Canadá	494	4,08	350	2,89	378	3,13	412	3,40	420	3,44
UE	470	3,89	766	6,33	528	4,36	708	5,85	509	4,17

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

En el caso de la **carne de ovino**, los mayores precios CIF provienen de exportadores de reciente aparición en el mercado que solo comercializan con envíos reducidos de alta calidad, tales como R.U., EE. UU. o Francia. La carne de ovino británica se sitúa como la carne fresca o refrigerada de mayor valor, con un precio CIF de 4.000 JPY/kilo. Mientras, en la partida de carne congelada esta posición la ocupa Francia, con 1.571JPY/kilo (bastante superior a los 1.060 JPY/kilo de 2018).

GRÁFICOS 25. Y 26. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS CIF DE LAS EXPORTACIONES DE CARNE DE OVINO FRESCA O REFRIGERADA (IZQUIERDA) Y DE CARNE DE OVINO CONGELADA (DERECHA)

(En JPY/kilo)



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

TABLA 14. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS CIF DE LAS EXPORTACIONES DE CARNE DE OVINO FRESCA O REFRIGERADA

(En JPY/kilo y euro/kilo)

	2015		2016		2017		2018		2019	
	JPY/kilo	€/kilo								
R. Unido	-	-	-	-	-	-	-	-	4.000	32,78
EE. UU.	-	-	-	-	-	-	3.500	26,84	3.000	24,58
Francia	-	-	-	-	2.246	18,56	2.173	17,96	2.063	16,90
Nueva Zelanda	1.108	9,16	998	8,25	1.116	9,22	1.227	10,14	1.233	10,10
Australia	1.186	9,80	1.004	8,30	1.090	9,01	1.137	9,40	1.179	9,66

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

TABLA 15. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS CIF DE LAS EXPORTACIONES DE CARNE DE OVINO CONGELADA

(En JPY/kilo y euro/kilo)

	2015		2016		2017		2018		2019	
	JPY/kilo	€/kilo								
Francia	-	-	-	-	1.029	8,51	1.060	8,76	1.571	12,87
Islandia	849	7,02	789	6,52	693	5,73	843	6,97	843	6,90
Nueva Zelanda	776	6,41	523	4,32	594	4,91	697	5,76	757	6,20
Australia	673	5,56	551	4,55	698	5,77	726	6,00	729	5,97
Argentina	-	-	-	-	-	-	-	-	727	5,95

Fuente: elaboración propia con datos de Trade Statistics of Japan 2020.

ILUSTRACIÓN 1. EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO EURO-YEN.

2015 – 2019.



Fuente: página web oficial del BCE.

Es importante tener en cuenta que en la fijación del precio interviene de manera relevante el tipo de cambio, a modo ilustrativo se puede ver cómo ha sido su **fluctuación** en los últimos años según los datos del Banco Central Europeo.

Podemos ver como el tipo de cambio sufrió una abrupta caída en 2016, donde llegó a rondar los 110 yen por euro, mientras que apenas unos meses antes, en 2015, había llegado a los 145 yen por euro. Se trataría de una variación de más del 24% en apenas unos meses.

5.2. Precios de venta al consumidor

El precio de venta al consumidor final viene determinado por los costes añadidos de **intermediación** e **impuestos indirectos** al consumidor. En Japón todos los productos consumidos en restaurantes están sujetos a un impuesto sobre el consumo del 10% desde octubre de 2019, mientras que las compras del hogar se gravan bajo un impuesto del 8%.

El precio final de la **carne de vacuno** varía igualmente en función de la procedencia y el tipo de la carne. La **producción japonesa** posee, en términos generales, un **precio mayor**, tanto por los mayores costes de producción, como por responder a una demanda más exclusiva, al de la carne importada, aunque esta disparidad varía en función de la calidad del producto. Así, mientras que la carne de *wagyu* posee un precio que puede llegar a triplicar el precio de la carne australiana y estadounidense, la diferencia se reduce ostensiblemente con otras carnes extranjeras consideradas ***gourmet***. La razón de ello es que estos países solo exportan a Japón pequeños envíos de alto valor, mientras que los principales exportadores del mercado comercializan productos más variados.

Es por esto por lo que Japón depende de las **importaciones** para ofrecer **productos** de carne de vacuno **a bajo precio**, ya que el precio de la producción nacional de carne de vacuno supera el de la práctica totalidad del precio de las importaciones.

TABLA 16. MUESTREO DE PRECIOS CANAL HORECA

Categoría	Plato principal	Precio orientativo
Comida rápida estilo occidental	Hamburguesa	390 JPY
Comida rápida estilo japonés	Bol de arroz <i>gyudon</i>	380 JPY
Cadenas de restaurantes familiares	Filete de hamburguesa con guarnición	880 JPY
Asadores	Filete de 700g, corte grueso	2.600 JPY
Restaurantes de alta categoría	200g de solomillo de <i>wagyu</i> A5	6.000 JPY
<i>Nakashoku</i> (comida para llevar)	Rosbif y carne a la parrilla	1.000 JPY

Fuente: elaboración propia con información de supermercados, restaurantes y otras cadenas de comida.

En el caso de la **carne de ovino**, los precios repercutidos al consumidor final dependen principalmente de la **edad** de la carne. De este modo, el precio medio de supermercado de la carne de cordero es de entre 2.000 y 3.000 JPY por kilo, mientras que el de la oveja es de entre 1.500 y 2.500 JPY por kilo. Respecto a la venta a través del canal Horeca, en los restaurantes de ***jingisukan***, es común la oferta de menús barra libre de carne a la parrilla por en torno a 4.000 JPY.

6. Percepción del producto español

Debido a la inexistencia de exportaciones a Japón en la actualidad, el público general japonés **no** posee ninguna **opinión establecida** sobre la carne de vacuno y ovino española, a excepción de aquellos japoneses que han viajado a España. Entre ellos, existe un mayor interés en la carne de porcino, fruto de la mayor promoción internacional que ha poseído tradicionalmente el jamón ibérico.

En el caso de los **importadores** japoneses, pese a su inexperiencia con el producto español se ha detectado un **interés creciente** por la carne de bovino y ovino española. No obstante, hasta que no se empiece a exportar no se podrá comenzar a crear una imagen país en el mercado.

Mientras, otros actores internacionales ya presentes en Japón sí poseen una marca consolidada. Es el caso de Australia, el cual ha realizado numerosas campañas a través de la *Meat & Livestock Australia* con tres objetivos principales: el reconocimiento del término «*Aussie Beef*», la relación de la carne australiana con el *atsugiri* (corte grueso, en contraste con el corte fino tradicional del *wagyu*) y su asociación con el consumo en barbacoas bajo la creación del concepto «*Let's barbie*».

Su última campaña, iniciada en 2015, tuvo un éxito inicial limitado debido a la poca cultura de preparación de filetes *atsugiri*. Esta situación fue solventada en 2017, donde se realizaron campañas de concienciación en supermercados de Tokio y Osaka. Se estima que estas medidas alcanzaron a 60 millones de consumidores. Por último, en el año 2019 se lanzaron diversos anuncios con reconocidas figuras del rugby, aprovechando la celebración del mundial en Japón. Tras estas acciones la MLA estimó que el 90% de los japoneses reconocen el concepto «*Aussie beef*» como carne de vacuno australiana.

En el caso de la carne de vacuno estadounidense, la percepción del producto americano es mucho más reducida y se suele asociar con la carne de porcino. En los últimos años la *U.S. Meat Export Federation* ha realizado diversas y costosas promociones, no solamente en supermercados con el propósito de dar una imagen de calidad, como a los consumidores directamente, a fin de generar una demanda consistente independiente del precio. Esta campaña ha sido renovada en el presente año 2020.

En contraste con la carne de vacuno no existe una imagen definida de la carne de ovino procedente de otros países, como consecuencia del reducido tamaño de este mercado. Tan solo Australia ha realizado acciones de promoción en el pasado, durante el año 2017.

En el caso de la carne de **origen europeo**, pese a sus reducidas cifras de exportación, este producto cuenta con una presencia en el mercado como productos ***gourmet***. Se recomienda a los futuros exportadores españoles que creen una imagen de sus productos en este nicho de mercado,

haciendo énfasis en la calidad, trazabilidad y lo saludable del producto. Además, sería positivo añadir información relativa a las razas autóctonas, alimentación y cría del ganado específicos y un sistema de clasificación fácil de reconocer y comprender mejor.

En Japón, la carne de vacuno se gradúa según los estándares de la [Japan Meat Grading Association](#), aprobados por el MAFF, tomándose en consideración la ratio de carne obtenida por cabeza de ganado (**yield grade**) y la calidad de la misma (**quality grade**), donde se computan los siguientes factores: marmoleado, brillo de la carne y de las grasas, firmeza y textura. La A-5 es la mejor clasificación obtenible. Esta información resulta relevante y es muy valorada por los consumidores.

ILUSTRACIÓN 2. SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE LAS CARNES DE LA JAPAN MEAT GRADING ASSOCIATION

Beef carcass rating

		Freshy grade				
		High				Low
Yield grade		5	4	3	2	1
Yield grade	High	A-5	A-4	A-3	A-2	A-1
		B-5	B-4	B-3	B-2	B-1
	Low	C-5	C-4	C-3	C-2	C-1

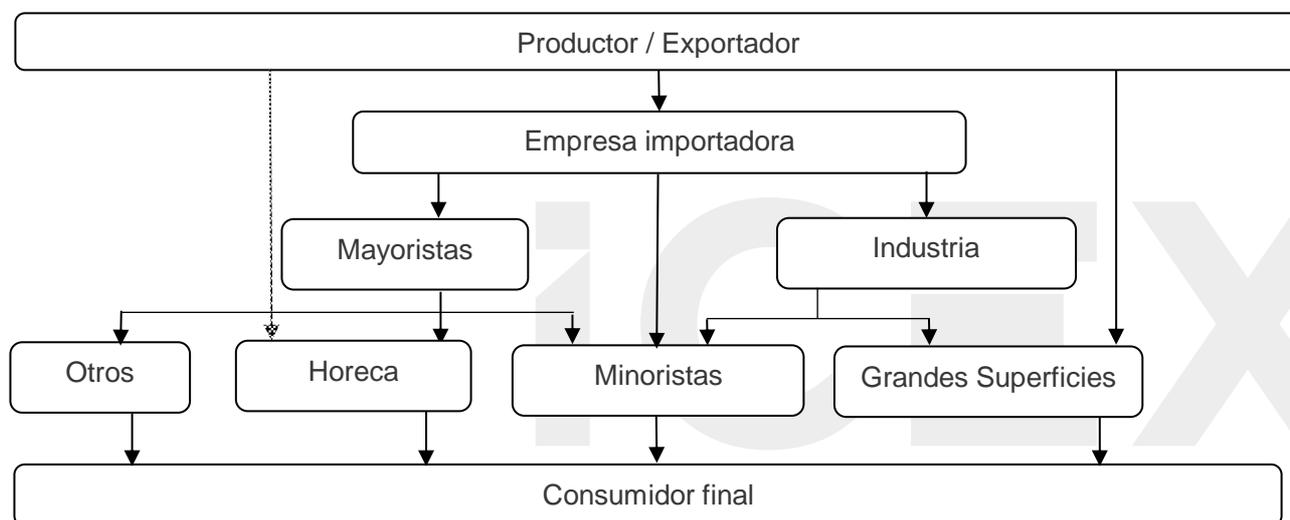
Fuente: página web de Omi Beef.

7. Canales de distribución

7.1. Estructura de los canales de distribución

Esquemáticamente, el canal de distribución para carne fresca y congelada puede resumirse del siguiente modo:

GRÁFICO 27. CANAL DE DISTRIBUCIÓN PARA PRODUCTOS CÁRNICOS



Fuente: JETRO

En Japón impera la participación de varios **intermediarios** hasta alcanzar al consumidor final. Este hecho se debe, en primer lugar, a la alta densidad de población del país, la cual genera un sistema de numerosos comercios minoristas de pequeño tamaño cuyo modelo de negocio se basa en la **alta rotación del producto**. En segundo lugar, la preferencia cultural de los japoneses por la realización de **negocios cara a cara y a largo plazo** fomenta el mantenimiento de este sistema.

La principal forma de entrada es a través del esquema de distribución japonés típico, con **importadores** (especializados o con gran presencia en el sector cárnico) o **sogo shosha** compañías de trading generalista. Estas figuras comprenden empresas con distintos modelos de negocio. Los importadores funcionan de la misma forma que en España, mientras que las compañías de trading, más particulares del mercado japonés, importan productos a petición de empresas japonesas que necesiten o deseen comercializarlos. No obstante, existen **excepciones** a este modelo como es el caso de la cadena AEON, que dispone de una empresa de trading propia para la importación y distribución tanto de su marca extranjera como de la marca del grupo, ofreciendo precios competitivos gracias a la eliminación de intermediarios.

Existen, además, muchas empresas importadoras de tamaño mediano que conectan con el mayorista primario. Este es posteriormente el encargado de distribuir al sector de restauración y hostelería y a los denominados segundos mayoristas que, a su vez, distribuyen a la cadena de minoristas y a los distribuidores de barrio locales.

A pesar de los **elevados costes de intermediación** que este sistema supone, los exportadores reconocen el nivel de **efectividad** que estas compañías aportan, gracias a su experiencia en el sector, fuentes de información, contactos, conocimiento del mercado y, sobre todo, una buena reputación como proveedores fiables.

Dentro de este esquema general de distribución pueden, además y en menor medida, realizarse otras formas de entrada al mercado más particulares:

- **Segmento alto del canal Horeca:** Esto supone unos niveles de calidad del producto superiores a los del sector *retail*. La principal ventaja de este proceso es que el producto consigue visibilidad a menor coste y después puede incorporarse poco a poco al sector minorista. Es importante elegir adecuadamente el segmento de entrada, ya que afectará a la imagen del producto en el mercado. Esta forma de entrada se lleva a cabo principalmente por empresas con baja capacidad para realizar acciones promocionales y que tienen un nivel de producción medio-bajo, ya que competirán por diferenciación.
- Entrada a través del **canal gourmet:** otra opción de entrada es centrarse directamente en las tiendas de productos gourmet. Mientras que los productos de consumo buscan una distribución más intensiva, los productos gourmet la buscan más selectiva, además de que los puntos de venta son mucho menores.
- Entrada a través de grandes **procesadores y fabricantes** japoneses: Estas empresas en ocasiones cuentan con un departamento de importación propio que permite su suministro directo del producto para su envasado y adaptación según las necesidades del canal de distribución aplicable. Posteriormente, tras el acuerdo con el fabricante japonés, puede decidirse vender al canal Horeca, supermercados, grandes almacenes, tiendas de conveniencia o restaurantes.
- **Televenta y venta online:** la venta directa al consumidor final por internet es una opción bastante limitada. Los otros medios de televenta a parte del canal *online* (telefónico, por catálogo...) son más populares que en otros lugares, si bien son igualmente, un canal pequeño. La venta online, dado que no es posible vender directamente por parte de las empresas extranjeras, es realizada por el propio **importador**, a través de su página web o de plataformas como **Amazon** y **Rakuten**.

7.2. Principales medios de distribución

Según el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón, durante los últimos años y en cifras redondas, del total de la **carne de vacuno** importada en Japón, algo menos de dos tercios se distribuyó a través del canal **Horeca**, algo menos de un tercio fue destinado a su venta a través de **supermercados** para el consumo directo de los hogares y, la cantidad restante, se dirigió a la **industria procesadora** de cárnicos en forma de embutidos o carnes picadas.

En cuanto a la **carne de ovino**, esta fue destinada mayoritariamente al **canal horeca** (con valores superiores al 80% de las importaciones), la cantidad restante se empleó en la **industria procesadora** y su posterior venta en supermercados.

La distribución a través del canal Horeca está condicionada por el origen del producto: mientras que el **vacuno japonés** se distribuye exclusivamente en **restaurantes de alta categoría** en el caso de la carne de *wagyu* y en **restaurantes de yakiniku** para otros productos locales de menor calidad, la distribución del producto extranjero es mucho más variada. De este modo, las importaciones procedentes de **Australia y EE. UU.** pueden destinarse a su venta en un **rango más amplio de establecimientos**: de comida rápida, cadenas de restaurantes, comida para llevar o restaurantes de alta categoría, en función de la calidad de la carne.

Mientras, el consumo a través del canal Horeca de **carne de ovino** se realiza principalmente en **restaurantes extranjeros** (especialmente de alta cocina francesa) y de **jingisukan en Hokkaido**.

Respecto a los canales de distribución restantes, las ventas en **tiendas físicas** se reparten entre minoristas especializados en alimentación, como supermercados y tiendas de conveniencia, y minoristas no especializados. Los principales **supermercados** en Japón por cuota de mercado según Euromonitor son: **MaxValu** (5,7%), **Life** (4,4%), **York-Benimaru** (2,4%) y **Maruetsu, Valor e Izumi** con un 2,2% respectivamente; en cuanto a las **tiendas de conveniencia**, tenemos: **7-Eleven** (42,5%), **FamilyMart** (24,6%) y **Lawson** (21,6%). Los minoristas no especializados también son relevantes para el sector cárnico, destacan **AEON, Ito-Yokado, Don Quijote y Seiyu**. Es importante analizar la imagen del distribuidor y asegurarse de que se adecúe a la imagen que quiere darse del producto. Según Euromonitor, en 2019, el 81,1% de la carne distribuida en Japón fue **carne envasada**, siendo la carne no envasada el 18,9% restante.

En el caso de la **carne procesada**, la mayoría es distribuida directamente desde la industria procesadora, y no mediante mayoristas. Esto se debe a que se intenta reducir el tiempo de tránsito que pasan los productos refrigerados, entre el fabricante y el consumidor final. Algunas de las principales empresas procesadoras de carne son **Nippon Ham, Itoham Foods, Prima Meat Packers** y **S Foods**.

TABLA 17. PRINCIPALES EMPRESAS PROCESADORAS DE CARNE EN JAPÓN

(En millones de yen)

Empresa	Ventas
Nippon Ham	1.234.180
Ito Ham Foods	850.721
Prima Meat Packers	413.023
S Foods	340.317
Marudai Food	243.030
Hayashikane Sangyo	44.401
Kakiyasu Honten	44.385
Takizawa Ham	31.922

Fuente: elaboración propia a partir de datos de los últimos datos publicados en Suik (datos del año fiscal 2018)⁸.

7.3. Estrategias de canal

A la hora de exportar productos cárnicos a Japón es esencial contar con el apoyo de un **agente local** o **importador**. Esta figura cobra una relevancia esencial en el mercado japonés, ya que su función no se limita a la importación de productos, sino que la relación entre ambos se basa en la colaboración para que el producto tenga éxito. Así, el importador ayudará al exportador a **adaptar** el envasado, al cumplimiento de las **normativas japonesas**, y al aprovechamiento de **nichos de mercado** localizados. En definitiva, se trata de una **visión de negocio a largo plazo**, fruto de la cual se esperan beneficios para ambas partes. A cambio, los importadores muchas veces exigen exclusividad a sus exportadores.

Es aconsejable entrar en el país a través de un acuerdo con un importador con experiencia en el mercado japonés, ya que permitirá a la empresa contar con un socio en el mercado que le guíe en el proceso de importación. Una de las maneras más eficientes de encontrar importador es asistir a las **ferias de alimentación** del país (**Foodex** o **Supermarket Trade Show** principalmente).

La introducción en el canal **Horeca** por parte de empresas agroalimentarias españolas se ha realizado tradicionalmente a través de un **acuerdo de suministro** con una empresa de **trading** encargada de llevar a cabo una buena promoción para introducir el producto en los canales de distribución de los servicios de restauración.

⁸ Web de Suik con más información relevante: <https://suik.jp/greport?code=SM000563>

8. Acceso al mercado – Barreras

La exportación de productos de vacuno y ovino se encuentra prohibida temporalmente para todos aquellos países que han experimentado episodios de EEB (Encefalopatía Espongiforme Bovina, o enfermedad de la vaca loca)⁹. En el caso de **España**, dichas **prohibiciones fueron levantadas**, tras un acuerdo bilateral con Japón, el 15 de enero de 2020,

Es importante constatar que el levantamiento de la prohibición de exportaciones se realiza por parte de las autoridades japonesas de forma bilateral. De este modo, y a modo de ejemplo, en el caso de EE. UU., hasta el año 2019 estaba prohibida la importación a Japón de carne de ganado mayor de 30 meses. Actualmente, España está negociando con Japón la eliminación de la limitación de edad en la carne de origen vacuno, asimismo, hasta la fecha, solo se permite la exportación de carne de vacuno en sí, y no de los productos elaborados de ésta (tales como cecina u otros).

8.1. Régimen arancelario y novedades del EPA

Los aranceles generales a la importación para la **carne de vacuno** se sitúan en el 38,5%, tanto en el caso de la carne congelada como de la fresca o refrigerada, excepto en aquellos casos en los que Japón ha firmado un tratado comercial que permita su disminución. Actualmente existen tres tratados comerciales que afecten a este producto: el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP11¹⁰), el Acuerdo de Partenariado Económico entre la Unión Europea y Japón (en adelante EPA) y el acuerdo recientemente firmado entre Japón y EE. UU.

En el caso de la Unión Europea, la entrada en vigor el pasado 1 de febrero de 2019 del **EPA** introduce cambios sustanciales en la importación de carnes a Japón desde España. De este modo, el **arancel** previo a las exportaciones de vacuno de países comunitarios del 38,5% se redujo al 27,5% tras su entrada en vigor. Esta cifra **disminuirá progresivamente** en los próximos años hasta alcanzar un arancel fijo del 9% en 2033. La reducción de aranceles en el TPP11 y el acuerdo con EE. UU. se realizará de manera idéntica. Actualmente (agosto de 2020), los tres casos cuentan con un arancel general del 25,8%.

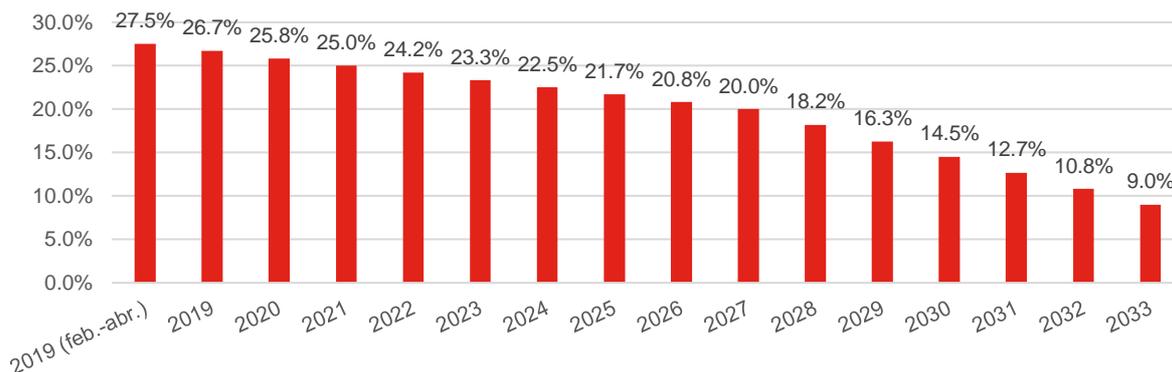
Los aranceles generales para carne de vacuno congelada y fresca o refrigerada son para este año 2020, hasta el 31 de marzo, del 26,7% y, a partir del 1 de abril de 2020, pasarán a ser del 25,8%. Esto se debe a que las tarifas arancelarias se aplican con la entrada del **año fiscal japonés**, que

⁹ La Organización Mundial de Sanidad Animal publica en su página web un [listado](#) con los países con riesgo de nuevos episodios de vacas locas.

¹⁰ Países participantes: Australia, Brunéi, Canadá, Chile, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur y Vietnam.

da comienzo el día 1 de abril. En el siguiente gráfico puede verse la evolución del arancel según acuerdo entre la UE y Japón.

GRÁFICO 28. REDUCCIÓN ARANCELARIA DE LA CARNE DE VACUNO
(Porcentaje, en años fiscales)



Fuente: Acuerdo de Partenariado Económico entre la Unión Europea y Japón

Para **mayor detalle** se puede consultar información detallada acerca del [Esquema de reducción arancelaria](#) (Part 4 Japanese Schedule).

Aunque no existe un sistema de precio umbral, sí han sido incluidas en el EPA dos **medidas de salvaguarda** que establecen un arancel si se sobrepasan ciertos volúmenes de importaciones. La primera estaría operativa hasta 2037, y la segunda tendría un carácter adicional, operando entre 2028 y 2032; en todo caso, si Japón no aplica ninguna de estas medidas durante cuatro años consecutivos, dentro de los primeros quince años de aplicación del Acuerdo, este esquema de medidas decaerá y no podrá ser aplicado en ningún momento. Más información en relación con estas medidas puede encontrarse en la [meat factsheet del EPA Helpdesk](#).

Además, para que los exportadores españoles puedan beneficiarse de las preferencias arancelarias que introduce el acuerdo tendrán que presentar documentación que **acredite el origen de la mercancía**. Aunque existen situaciones excepcionales dependiendo de si el envío supera o no el valor de 6.000 €, como regla general es necesario que las empresas se inscriban en el **Registro de Exportadores (REX)** de la UE. El registro se puede realizar telemáticamente, en el área de registros y censos de la Agencia Tributaria (AET) dedicada al REX, a través del siguiente [enlace](#).

Estando inscritos en este registro y haciendo una declaración en la factura tal y como se recoge en el **Anexo 3 – D del EPA** – se entiende probado el origen de la mercancía. Este sería el texto en su versión inglesa:



English version

(Period: from to(1))

The exporter of the products covered by this document (Exporter Reference No(2)) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of preferential origin(3).

(Origin criteria used(4))

.....

(Place and date(5))

.....

(Printed name of the exporter)

.....

Existe otra vía para certificar el origen y es a través del **conocimiento del importador**, quien daría fe del origen de las mercancías **a su llegada a Japón**. Para ello podría exigirse documentación de carácter comercial sensible para el exportador sobre el origen de las materias primas y de los componentes que intervienen en el proceso de fabricación, por lo que es considerada una vía **no operativa y nada recomendable**.

Para poder acogerse a las ventajas del acuerdo es igualmente necesario que el producto se haya elaborado en consonancia con las **reglas de origen** negociadas por la UE y Japón. En el caso de las exportaciones pertenecientes a la partida dos (carne), la totalidad del producto debe ser necesariamente originario de la Unión Europea. En caso de no cumplir este requisito se aplicará el arancel general.

Mientras, el **Acuerdo Transpacífico** de Cooperación Económica establece un calendario de **reducción arancelaria idéntico al EPA** para la carne de vacuno procedente de Australia, Brunei, Canadá, Chile, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur y Vietnam. De este modo, se prevé una reducción progresiva de aranceles hasta alcanzar la cifra fija de 9%. Para consultar la reducción vigente en cada año se recomienda consultar la página web de [Aduanas Japonesas](#).

Por último, Japón establece una eliminación de aranceles para la exportación de carne de vacuno procedente de los países incluidos en la lista de [Países Menos Desarrollados](#) de las Naciones Unidas.

En el caso de la **carne de ovino**, el arancel es del 0% para las exportaciones de todos los países.

En último lugar, cabe mencionar que la entrada en vigor del EPA incluye la protección en el mercado japonés de las **denominaciones de origen** y de las **indicaciones geográficas protegidas comunitarias** de carne de vacuno y ovino. De este modo, las denominaciones reconocidas obtienen en Japón la misma protección que poseen en la Unión Europea y estarán exentas de la necesidad de registrar su marca en Japón. Se puede encontrar más información en la [factsheet de indicaciones de geográficas del EPA Helpdesk](#).

8.2. Requisitos comerciales, legales y técnicos

En términos generales, la exportación de productos agroalimentarios a Japón se encuentra regulada por la “**Food Sanitation Act**”. Este texto incluye la normativa de carácter general respecto a las condiciones de aditivos, envasados e inspecciones, entre otros, y en el caso de la exportación de la carne de vacuno y ovino esta será una vez que se apruebe su protocolo de exportación detallada con su normativa específica. Estas condiciones serán idénticas en el caso de envío tanto de muestras como de mercancía con destino comercial. [Versión en lengua inglesa de la norma](#).

A continuación, se expone la práctica general en el comercio de productos cárnicos con Japón. No obstante, se recomienda visitar el Buscador de documentos [Buscador de documentos](#) de la página del **Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente español** para acceder a la **información relevante** según esta vaya siendo publicada. Actualmente pueden encontrarse los siguientes documentos:

Requisitos de salud animal para su exportación a Japón: [vacuno](#) // [ovino](#)

Estándares para sacrificio y procesamiento de cárnicos: [vacuno](#) // [ovino](#)

Certificado veterinario para exportación: [vacuno](#) // [ovino](#)

Anexo certificado veterinario: [vacuno](#) // [ovino](#)

[Procedimiento de autorización de establecimientos](#) (vacuno y ovino) y las listas de establecimientos autorizado: [vacuno](#) // [ovino](#)

La **exportación** a Japón debe hacerse a través de los **establecimientos autorizados** a tal efecto. Este trámite es necesario incluso para el **envío de muestras**. Esta homologación deben realizarla no solo las empresas exportadoras de la industria cárnica, sino también otros establecimientos relacionados con el proceso de matanza y almacenamiento del producto (mataderos, salas de despiece, almacenes frigoríficos y centros de envasado o fabricantes de productos preparados).



Documentación

El envío de productos cárnicos requiere además de la presentación de los **siguientes documentos**:

- Certificado de sanidad animal del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente español. Debe presentarse necesariamente el documento original, no fotocopiado. Puede encontrar el modelo de este documento en la siguiente [dirección](#).
- Monografía (*flow chart*) en inglés o en japonés, solamente para el primer envío.
- Certificado de análisis de aditivos emitido por un laboratorio oficial de España reconocido por el gobierno japonés.
- Factura.
- *Packing list*.
- Anexo 3-D del EPA para acreditar el cumplimiento de las reglas de origen y poder disfrutar del régimen arancelario preferencial.

Los problemas que se suelen presentar a la hora de exportar productos cárnicos a Japón son básicamente sanitarios. La incorrecta descripción del producto en el certificado sanitario puede ser motivo de rechazo o retraso en las gestiones por la aduana japonesa. Asimismo, se deberá prestar especial atención a los siguientes puntos:

- Indicación de los datos de la razón social y dirección del establecimiento desde el que se expidan los productos (dirección, municipio, código postal y provincia) tal y como aparecen en las listas de establecimientos homologados para exportar a Japón. Es recomendable evitar el uso de abreviaturas para evitar discrepancias documentarias, ya que las autoridades aduaneras no conocen el uso de estas siglas en idioma español.
- Si la dirección figura en la lista de establecimientos autorizados en lengua distinta al castellano, deberá mantenerse en el certificado y demás documentos dicha dirección, tal y como consta en la lista, a fin de evitar confusiones en la Aduana japonesa.
- Indicación de la cantidad exacta de los productos contenidos en las cajas. En caso de que el volumen de la mercancía sea mayor al declarado, éste será destruido por las autoridades japonesas.
- Inclusión de una descripción técnica clara del producto (por ejemplo, la correcta designación del origen de las tripas). Su incorrecta explicación puede ser motivo de rechazo o retraso en los trámites aduaneros.

También es importante indicar la misma descripción cada vez que se introduzca el producto para evitar todo tipo de confusiones con las aduanas. Las autoridades japonesas, en este caso el Ministerio de Sanidad, son extremadamente estrictas a la hora de valorar los contenidos o cantidades mínimas (por ejemplo, de un aditivo) certificadas por las autoridades sanitarias españolas. En Japón no existe flexibilidad en este aspecto y ante cualquier anomalía o disparidad



con los documentos, el producto no podrá ser despachado en aduanas. Se recomienda, por tanto, que exista la máxima comunicación posible con el importador para evitar estos problemas y proceder con meticulosidad cuando se completen todo tipo de formularios.

Envasado y etiquetado

Con base a experiencias anteriores en la exportación de otros productos cárnicos, se recomienda que las cajas estén doblemente embaladas (es decir, un embalaje interno que contenga el producto etiquetado con su número de lote y un embalaje externo precintado). A su vez, los importadores o distribuidores deberán encargarse de la preparación del etiquetado en idioma japonés.

Transporte y control en aduanas

El contenedor de transporte deberá estar precintado por la autoridad española. Es recomendable consultar los detalles del precinto con el transportista antes de realizar el envío. En caso de pérdida, rotura o apertura del producto este puede ser rechazado por las autoridades aduaneras japonesas.

Una vez que el producto llegue a Japón, la oficina de cuarentena japonesa examina la veracidad de la documentación. Después se llevará a cabo un control del Ministerio de Sanidad, mediante el cual se analiza la posible presencia de residuos químicos, aditivos y microorganismos (listeriosis, E. Col, salmonela, estafilococos, etc.), entre otros. En caso de que el envase no reúna las condiciones sanitarias óptimas el producto será rechazado. Estos trámites solo suelen realizarse en el primer envío, siempre que se trate de importaciones continuas. El análisis realizado en la aduana tiene validez de un año.

En términos generales, la duración de los trámites de control es de cinco días hábiles.

9. Perspectivas del sector

Aunque el mercado de la carne de **vacuno** en Japón se encuentra en fase de **madurez**, se espera que, según datos de Euromonitor, **crezca** un 9,2% en el periodo 2019 – 2024, ello incluso contando con una reducción del volumen de importaciones del 17,8% en el 2020 con respecto al 2019.

Esta circunstancia es auspiciada por el **aumento del consumo de carne** entre los japoneses (que contrarresta el descenso de población), así como el **estancamiento de la producción nacional**. Buena prueba de ello es el aumento de las importaciones en el periodo 2015-2019 en un 24,5%.

En el caso de la carne de **ovino** se prevé un **ligero incremento** en los próximos años, entre el 2% y el 3% para el periodo 2019 – 2024. Las previsiones sobre este tipo de carne son más complejas dado el tamaño más limitado de su mercado y las dinámicas sociodemográficas del país.

La población y la **pirámide demográfica** del país tienen una influencia directa en el mercado, al determinar el número de potenciales consumidores y sus características. La población total de Japón asciende a unos 126 millones de personas, siendo al mismo tiempo el onceavo país más poblado y el país con la población la más **envejecida** del mundo. Se estima que decrecerá en 32 millones de personas en los próximos 40 años. Más del 90% de sus habitantes viven en zonas **urbanas**, siendo las principales áreas de concentración de población las áreas metropolitanas de Kanto (Tokio y zonas colindantes, 38 millones de habitantes) y Kansai (donde se sitúan ciudades como Osaka, Kioto y Nara, con una población de 19 millones). Además, en torno al 60% de los hogares unifamiliares están formados por uno o dos miembros.

El mercado de la carne de vacuno en Japón anuncia perspectivas positivas para los exportadores. La razón de ello es que el creciente aumento de la demanda no cubierta por la producción nacional ha derivado en un aumento de las importaciones y de la diversificación de las formas de consumo de carne de vacuno.

9.1. Factores económicos

Japón es actualmente la **tercera mayor economía mundial**, con un PIB per cápita de 40.246 dólares en 2019. La economía japonesa presenta buenas perspectivas económicas al observarse un **crecimiento**, aunque moderado, de su **PIB** de forma ininterrumpida desde el año 2013, hasta la irrupción de la crisis del coronavirus, que está capeando hasta la fecha, con indicadores económicos menos alarmantes que en otras geografías.

Además, se espera que los **Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio en 2021** tengan efectos positivos en la economía japonesa. Las relaciones entre España y Japón se califican como buenas, y gracias a la entrada en vigor del **EPA** estas se verán fortalecidas en el futuro.

Japón posee unos niveles de consumo y un poder adquisitivo de los más elevados del mundo. Pese a ello, se estima que el aumento de los impuestos indirectos al 10% operado en el mes de octubre de 2019 contraiga el consumo interno a corto plazo.

Por último, cabe volver a mencionar brevemente de nuevo que en caso de que se vuelvan a producir casos de EEB la demanda del producto decaiga.

9.2. Factores culturales

El acercamiento cultural a España es especialmente importante en la comercialización de productos alimentarios como es la carne de vacuno y ovino. La sociedad japonesa en los últimos años ha recibido una gran cantidad de información sobre la sociedad española: son muchos los que **viajan** a España y comparten su satisfacción ante la **gastronomía** y **costumbres** españolas, y por otra parte por el aumento de los documentales en la **televisión** japonesa sobre nuestro país.

A los japoneses les llama la atención especialmente la cultura del «**tapeo**». En Japón se están haciendo cada vez más populares los llamados «**Spanish bars**», donde no hace falta sentarse. En ellos se puede degustar diferentes vinos acompañados por tapas típicamente españolas. Además, la comida española, especialmente la mediterránea, ha aumentado su popularidad en los últimos años y cada vez son más los establecimientos de comida española que se abren en la ciudad. Muchos restaurantes están, también, ofreciendo platos típicamente españoles dentro de sus menús.

Las tendencias hacia **dietas** con menor consumo o **libres de carne**, que han gozado de mayor acogida en otras partes del mundo, **no han encontrado** la misma **recepción** en Japón. Prueba de ello, es que el número de personas vegetarianas ha disminuido en 2019, mientras que ha aumentado en los países occidentales.

10. Oportunidades

La reducción de aranceles para distintos países y bloques económicos, entre los que se encuentra la UE, será un acicate a las exportaciones cárnicas comunitarias a Japón.

Los principales factores clave que determinarán las oportunidades del mercado de la carne de vacuno y ovino en Japón se pueden categorizar de la siguiente forma:

Importancia de la conveniencia y sensibilidad al precio

El envejecimiento de la población, las nuevas estructuras familiares, la inserción de la mujer en el mercado laboral y la inmigración están aumentando la importancia de la versatilidad de los productos alimentarios. Muchos consumidores de carne, especialmente trabajadores y población anciana buscan conveniencia como factor principal en su cesta de la compra, y por ello recurren a comida precocinada o cajas de *bento* como principal método de consumo de este producto. En los últimos años ha aumentado especialmente la importancia del *nakashoku*¹¹. Este tipo de alimentos se caracterizan por una mayor elasticidad de su demanda y sensibilidad al precio.

A este respecto, uno de los principales retos a los que enfrenta la carne de vacuno es posicionarse como una carne asequible en estos segmentos. En el caso de la carne de ovino, su principal barrera es su poca versatilidad. De este modo, la introducción de la carne de vacuno en el *nakashoku* puede ser una manera de solventar esta situación, ya que permitiría aumentar su accesibilidad al consumidor medio. En contraste, la carne de ovino sí tiene posibilidades de posicionarse como un producto de precio estable gracias a su reducido coste de producción.

Calidad e interés en los beneficios para la salud

La calidad y beneficios para la salud son una de las principales preocupaciones del consumidor japonés, especialmente en el caso de carne. Por lo tanto, es imprescindible crear una imagen de marca que proyecte calidad y confianza ante el consumidor. Existe también un mayor reclamo de productos naturales y no procesados, así como de carne alimentada con pasto por encima de la de pienso.

El creciente interés de la población de mediana edad y población anciana por las dietas altas en proteínas ofrece numerosas oportunidades a las empresas españolas que deseen exportar carne de ovino a Japón gracias al alto nivel proteico de esta carne, además de a su bajo contenido en grasas y gran concentración de minerales. Esta mayor preocupación por la salud a través de la

¹¹ Compra de comida precocinada en supermercados, tiendas de conveniencia y restaurantes de comida para llevar para ser consumida en casa.



dieta lleva a la preferencia por las carnes bajas en carbohidratos, donde el vacuno se encuentra bien valorado.

Diversificación del consumo entre los consumidores

El consumidor japonés es proclive a las nuevas tendencias de consumo, especialmente en el caso de la población joven y de mediana edad, independientemente del tipo de consumo de productos cárnicos (consumo en el hogar o a través de canal Horeca). Esta búsqueda de **nuevas experiencias** puede facilitar la introducción de carnes poco consumidas tradicionalmente, como la de ovino. Algunos de los métodos para atraer a nuevos consumidores pueden ser la promoción en programas de cocina o en revistas especializadas.

Una de las tendencias más recientes entre la población joven es el consumo de carne **akami** (carnes magras, sin apenas marmoleado), característica más presente en la carne de origen extranjero que en el vacuno japonés. Por último, recientemente se ha detectado la introducción de recetas de **halal** con carne de ovino en los menús de algunos restaurantes. Las posibilidades culinarias de la carne de vacuno se expanden al mismo tiempo que lo hace la presencia de los cárnicos en Japón, de la mano del cambio de dieta que se está dando en el país nipón; otro ejemplo de ello es el plato **uniku**, donde se combina la carne de vacuno con erizos de mar.

Con la celebración de los Juego Olímpicos y Paralímpicos en 2021, así como la actual política japonesa orientada al incremento del número de turistas, previsiblemente recuperable superada la crisis del coronavirus, permiten prever una mayor adaptación a gustos culinarios no típicamente japoneses, a fin de contentar a los visitantes.

En el caso de la carne de vacuno y de ovino española, debido a la amplia tradición en el mercado de los productos procedentes de Australia, EE. UU. y Nueva Zelanda, su mayor cercanía geográfica y mayores cifras de producción, **España** no se encuentra condiciones para competir en igualdad de oportunidades con estos exportadores. En consecuencia, se recomienda a las empresas españolas interesadas en el mercado japonés establecer una estrategia de mercado de posicionamiento en el mercado **gourmet**, ámbito en el que se sitúan las principales exportaciones del resto de países europeos. En concreto, las **principales oportunidades** para la empresa española se encuentran en la venta a **restaurantes de cocina española**.

Covid-19

La irrupción de la Covid-19 también ha supuesto una modificación en los hábitos de consumo y canales de distribución. Así, el canal Horeca ha visto su importancia disminuir drásticamente, ganando, por la contra, gran relevancia el consumo en casa, donde los platos preparados y las recetas han gozado de gran aceptación y demanda. En el caso de las recetas, estas pueden ser aprovechadas también como elemento de promoción del producto, aportando información sobre el mismo y sus posibles formas de preparación, redundando en un mayor conocimiento y familiarización del consumidor con el producto.

11. Información práctica

11.1. Ferias

La extensión de la Covid-19 y las medidas de prevención adoptadas para frenarla han resultado, al igual que en otras partes del mundo, en la cancelación de numerosas ferias y eventos. Este ha sido el caso también del sector alimentario en Japón, que salvo en el caso de la Super Market Trade Show, dada su celebración a mediados de febrero, ha visto canceladas las demás ferias de relevancia.

11.1.1. FOODEX

FOODEX Japan es la **mayor feria de alimentación y bebidas de Asia**, incluyendo Oceanía, y tercera más grande del mundo. Con una afluencia de 80.000 visitantes, la presencia en esta feria constituye oportunidad para penetrar en el mercado japonés y asiático, así como para observar nuevas tendencias en el sector alimentario, conocer a profesionales del sector con los que establecer relaciones comerciales, o presentar productos nuevos para saber si encajan en el mercado japonés.

ICEX y la Oficina Comercial de la Embajada de **España** en Tokio participan regularmente desde hace más de 25 años en FOODEX con **uno de los mayores pabellones oficiales extranjeros**, donde exponen más de 150 expositores españoles. La próxima edición del evento tendrá lugar entre el 9 y el 12 de marzo de 2021. Aquellas empresas que deseen participar podrán enviar sus inscripciones hasta el 25 de octubre de 2019. Para más información se recomienda descargar el informe de feria de [FOODEX 2019](#) elaborado por ICEX.

11.1.2. Supermarket Trade Show

Evento que tiene cada vez mayor presencia internacional. La participación en **Supermarket Trade Show** puede ser de gran utilidad para aquellos exportadores que ya cuenten con un importador en Japón y su objetivo sea **expandir** su **red comercial** por el país. La próxima convocatoria de este evento se realizará entre el 17 y 19 de febrero de 2021. Aquí puede consultarse el [informe de feria](#) de la edición de 2019. Para mayor detalle se recomienda descargar el informe de feria de [SMTS 2020](#) elaborado por ICEX.

11.1.3. Wine & Gourmet Japan

Feria especializada en el sector de vinos y productos gourmet. **Wine & Gourmet Japan** se celebrará entre el 21 y el 23 de abril de 2021 de abril, simultáneamente junto a otras ferias más especializadas de la industria agroalimentaria como *Japan Meat Industry Fair*, *FABEX*, *Dessert, Sweet & Drink Festival*, *Japan Noodles Industry Fair* y *PB.OEM*. Durante la feria se celebran **seminarios y degustaciones** organizadas por las empresas e instituciones expositores de diferentes países, principalmente pertenecientes al sector vinícola. La última edición de esta feria tuvo lugar de 17 al 19 de abril de 2019. Para más información se recomienda descargar el [informe de feria](#).

11.1.4. Spain Gourmet Fair

Spain Wine Gourmet Fair es una feria de alimentación del sector gourmet exclusivamente enfocada en productos españoles. Organizada por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Japón, su 19ª edición tuvo lugar los días 29 y 30 de octubre de 2019. La Oficina Comercial considera Spain Wine Gourmet Fair una buena plataforma de entrada para las pequeñas empresas del sector con poca o ninguna experiencia en el mercado japonés. Se trata de un buen complemento de Foodex, que es considerada más apta para empresas de mayor tamaño. Para más información se recomienda descargar el [informe de feria](#).

11.2. Recomendaciones para el exportador

A continuación, se ofrece a las empresas exportadoras españolas una serie de recomendaciones para adentrarse en el mercado japonés y consolidar su posición de la manera satisfactoria.

El mercado japonés funciona de una manera peculiar y única. Las **diferencias culturales**, el idioma, las **normativas**, la etiqueta y las vías de comunicación son muy diferentes. Es por ello por lo que abordar este mercado puede resultar arriesgado en primera instancia. Es importante tener en cuenta que es un mercado con **muchas oportunidades**, pero de **complicado acceso** y muy **competitivo**, con lo que es recomendable contar con experiencia internacional previa antes de fijar como objetivo Japón.

Es imprescindible que los eventuales exportadores sean conscientes de las dificultades que se van a encontrar a la hora de introducirse en el mercado. Resultan así claves cuestiones como los **altos costes de distribución**, donde participan un gran número de **intermediarios**, la necesidad de **adaptar el producto** a las peculiaridades japonesas, la oferta de un producto con alto valor añadido debido al el alto nivel de exigencia del consumidor y toda una serie de peculiaridades propias del mercado japonés que resultan mucho más abundantes que en otros mercados del mismo nivel de desarrollo.

En Japón, las **relaciones** comerciales se contemplan **a largo plazo**, por lo que los acuerdos tardarán más en cerrarse de forma definitiva. Este tipo de sistema exige constancia y paciencia. Debido a este hecho, incluso empresas que llevan años obteniendo buenos resultados en el mercado viajan a Japón un mínimo de dos veces por año o acuden a ferias con el objetivo de mostrar el respaldo a su importador y reunirse con sus socios comerciales.

En términos generales, la mayoría de las empresas consigue un importador o distribuidor en Japón tras una media de entre dos y cuatro años. Esto requiere, por un lado, paciencia con el mercado, pues no es habitual el conseguir a un socio comercial en la primera visita y, por otro lado, músculo financiero, pues la inversión que se debe realizar durante consecutivos años para poder conseguir una imagen de empresa y por tanto un socio comercial, es bastante elevada y no garantiza siempre el éxito.

Igualmente, respecto a la mejor manera de acceder al mercado, la opinión unánime de los exportadores ya establecidos en Japón es la **asistencia a ferias**. La labor de **networking** y el **cara a cara** que se puede realizar con importadores japoneses a lo largo de los cuatro días que duran ferias como FOODEX, la mayor del sector alimentario en el continente asiático, unido a la capacidad para **darse a conocer** en el país, es vital para el éxito de una estrategia de internacionalización en Japón.

Dado que muchos japoneses no tienen conocimientos de inglés o que, a pesar de tenerlos, no se sienten cómodos al utilizar el **idioma**, si no se habla japonés o se cuenta con un socio comercial que lo haga, resulta imprescindible contratar a un **intérprete** durante las ferias, al menos hasta haber consolidado los inicios de la relación. Asimismo, antes de iniciar las comunicaciones, se recomienda traducir al japonés, o cómo mínimo al inglés, los catálogos y toda la documentación sobre el producto para facilitar el contacto con los potenciales clientes.

Es indispensable que la **información** proporcionada a los socios o clientes japoneses respecto al producto y a la empresa sea **exhaustiva, detallada y exacta**. En muchas ocasiones, si la parte japonesa considera que la documentación es insuficiente o imprecisa, se retirarán de la negociación. De la misma forma, es muy probable que, durante los intercambios iniciales, el socio japonés solicite muestras del producto o incluso conocer las instalaciones de producción, para comprobar si cumplen con sus estándares de calidad y de higiene.

Otro aspecto fundamental de los negocios en Japón es el intercambio de **tarjetas de negocio** (**meishi**, en japonés). Es recomendable que la tarjeta tenga una de las dos caras en japonés, con el nombre, apellidos y la empresa transcritos a la escritura japonesa. Debido al frecuente intercambio de tarjetas en ferias y eventos comerciales, se sugiere llevar una gran cantidad de estas, aproximadamente 100 por evento.

La **comunicación no verbal** y los saludos también son de suma importancia en Japón, por lo tanto, se recomienda mantener una actitud cordial y agradable durante el transcurso de las reuniones y

las ferias comerciales. El estilo de negociación en Japón está enfocado a **evitar el conflicto** y conseguir el beneficio de todas las partes implicadas. En consecuencia, se aconseja evitar gestos que puedan implicar una actitud defensiva o impaciente, como tener los brazos cruzados, la cara seria o mirar el reloj con frecuencia. En estas situaciones, un intérprete no solo puede ayudar a superar la barrera idiomática, también puede aconsejar al exportador sobre la mejor manera de comunicarse con el socio japonés.

Por último, se presentan una serie de recomendaciones para la adaptación del producto:

- **Sabor:** es esencial combinar las características inherentes a los productos exportados con la preferencia de sabores por parte del consumidor, a fin de desarrollar una oferta adecuada.
- **Tamaño:** el consumidor japonés compra habitualmente en pequeñas cantidades preparadas para su consumo inmediato. En general, los productos españoles en su forma tradicional no se adaptan al consumidor, por lo que es imprescindible su adaptación.
- **Presentación y envasado:** la presentación es importantísima y no se debe confiar únicamente en la calidad del producto, sino utilizar un envase de calidad que resulte atractivo al consumidor. El gusto japonés por el detalle resulta clave, en especial para productos en los que el consumidor normalmente no tiene una preferencia clara sobre la marca a elegir.
- **Promoción dentro de los comercios:** la forma más efectiva de promocionar el consumo es una publicidad directa a los consumidores a través de círculos especializados y con los comercializadores mostrando, por ejemplo, la forma de utilizar el producto o los pasos para la preparación de los platos.



11.3. Otras direcciones de interés

<p>Embajada de España 1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokyo 106-0032 Teléfono: (+81) 3-3583-8531/32 Fax: (+81) 3- 3582-8627 E-mail: emb.tokio@maec.es</p>	<p>Oficina Económica y Comercial de España en Tokio 1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokyo 106-0032 Teléfono: (+81) 3-5575-0431 Fax: (+81) 3-5575-6431 E-mail: tokio@comercio.mineco.es Web: http://japon.oficinascomerciales.es</p>
<p>Instituto Cervantes Cervantes Bldg. 2-9, Rokubancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0085 Teléfono: (+81) 3-5210-1800 Fax: (+81) 3- 5210-1811 E-mail: info@cervantes.jp Web: http://www.cervantes.jp</p>	<p>Oficina Nacional Española de Turismo 6F Daini Toranomom Denki Bldg. 3-1-10, Toranomom, Minato-ku, Tokyo 105-0001 Teléfono: (+81) 3-3432-6141 Fax: (+81) 3- 3432-6144 E-mail: info.tokio@tourspain.es Web: http://www.spain.info</p>
<p>SBTO (Spain Business and Technology Office) Oficina del CDTI 2F. 1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokyo 106-0032 Teléfono:(+81) 3 3505 2631 Fax:(+81) 3 3505 2634 E-mail: info@sbto.or.jp Web: http://www.sbto.or.jp</p>	<p>Cámara Oficial de Comercio de España en Japón 3F, 3-29, Roppongi 1-chome, Minato-ku, Tokyo 106-0032 Teléfono: (+81)-3-35051730 E-mail: info@spanishchamber.or.jp</p>
<p>Delegación de la UE en Japón Europa House, 9-15, Sanbancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0075 Teléfono: (+81) 3-3239-0441 Fax: (+81) 3-3261-5194 Web: http://www.deljpn.ec.europa.eu/</p>	<p>ACCIÓ (Agencia Catalana de Apoyo a la competitividad de la empresa) Bulding Kamiyacho CR, 11F, 1-11-9, Tokyo Azabudai, Minato-ku, Tokyo 106-0041 Teléfono: (+81) 3-5575-8635 Fax: (+81) 3-5575-8636 E-mail: tokyo@catalonia.com Web: http://catalonia.com/en/invest/index-jp.jsp</p>
<p>EXTENDA (Agencia Andaluza de Promoción Exterior) 3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokyo 106-0032 Teléfono: (+81) 3-3560-9010 Fax: (+81) 3- 3560-0130 E-mail: japon@extenda.es Web: http://www.extenda.es</p>	<p>IPEX (Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha) 4F, Hongo-Tanabe Bldg. 3-17-13, Hongo, Bunkyo-ku, Tokyo 113-0033 Teléfono: (+81) 3-5844-6531 Fax: (+81) 3- 5684-0522 E-mail: ipexjapon@jccm.es Web: http://www.ipex.jccm.es</p>



<p>Instituto para la Competitividad Empresarial Junta de Castilla y León 3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokyo 106-0032 Teléfono: (+81) 3-3505-0504 E-mail: mgargaand@jcy.l.eshttp://invalid.uri/ Web: http://www.empresas.jcyl.es eliminar</p>	<p>Ministry of Economy, Trade and Industry Ministerio de Economía, Comercio e Industria Web: http://www.meti.go.jp/english/index.html</p>
<p>Tokyo Chamber of Commerce and Industry 2-2, Marunouchi 3-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005 Teléfono: (+81) 3-3283-7823 Fax: (+81) 3- 3211-4859 E-mail: info@jcci.or.jp Web: http://www.jcci.or.jp/home-e.html</p>	<p>JETRO (Japan External Trade Organization) Ark Mori Bldg. 6Fl. 12-32 Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo Teléfono: (+81) 3-3582-5511 Web: http://www.jetro.go.jp</p>
<p>Japan Federation of Importer's Organizations Hougaku Bldg., 4FL., 19-14 Toranomom 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0001 Teléfono: (+81) 3-3581-9251 Fax: (+81) 3-3581-9217 E-mail: yudanren@fancy.ocn.ne.jp</p>	<p>Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca Web: http://www.maff.go.jp/eindex.html</p>
<p>Nueva Asociación de Supermercados de Japón (New Supermarket Association of Japan) Sakurai Bldg. 4F, Kanda 3-19-8, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0047 Teléfono: (+81)-3-3255-4825 Fax: (+81)-3-3255-4826 Web: http://www.super.or.jp</p>	<p>Ministry of Finance Ministerio de Finanzas Web: http://www.mof.go.jp/english/index.htm</p>
<p>The Japan Chamber of Commerce and Industry Cámara de Comercio e Industria de Japón Web: http://www.jcci.or.jp/home-e.html</p>	<p>Manufactured Imports Promotion Organization (MIPRO) World Import Mart Bldg., 6th fl., Sunshine City Complex 1-3, Higashi-Ikebukuro 3-chome, Toshima-ku, Tokyo 170-8630 Teléfono: (+81)3-3988-2791 E-mail: info.mipro@mipro.or.jp Web: http://www.mipro.or.jp/english/</p>

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones