

## El mercado porcino en Japón

## El mercado porcino en Japón

Este estudio ha sido realizado por Rodrigo Bombín Rebaque, Técnico de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Madrid bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio

**Mayo 2009**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	9
<b>II. ANÁLISIS DE LA OFERTA</b>	<b>11</b>
1. Análisis cuantitativo	11
1.1. Tamaño de la oferta	13
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	16
2. Análisis cualitativo	39
2.1. Producción	39
2.2. Obstáculos comerciales	39
<b>III. ANÁLISIS DEL COMERCIO</b>	<b>51</b>
1. Análisis cuantitativo	51
1.1. Canales de distribución	51
1.2. Esquema de la distribución	52
1.3. Principales distribuidores	53
2. Análisis cualitativo	55
2.1. Estrategias de canal	55
2.2. Estrategias para el contacto comercial y condiciones de acceso	56
2.3. Promoción y publicidad	57
2.4. Tendencias de la distribución	58
<b>IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA (AGRO+CONSUMO+SERVICIOS)</b>	<b>61</b>
1. Tendencias generales del consumo	61
1.1. Factores sociodemográficos	61
1.2. Factores económicos	63
1.3. Distribución de la renta disponible	64
1.5. Tendencias culturales	66
2. Análisis del comportamiento del consumidor	66
2.1. Hábitos de consumo y de compra	66
2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor	67
3. Percepción del producto español	67
<b>VI. ANEXOS</b>	<b>70</b>
1. Informes de ferias	70
2. Listado de direcciones de interés	72
3. Bibliografía	85

# RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Japón es un mercado muy atractivo que representa a la segunda economía mundial después de Estados Unidos y posee una población tres veces superior a la española. Es un mercado que tiene un gran interés por los productos extranjeros y una capacidad adquisitiva muy alta, incluso en un momento como el actual de crisis económica. Los consumidores japoneses son exigentes en calidad y en concordancia con ello están dispuestos a pagar precios muy altos por ella.

Su producción agrícola solo cubre el 40% de las necesidades calóricas del país, por lo que las importaciones son vitales para satisfacer las necesidades de la población. Las importaciones en el total del sector cárnico, suponen el 41% del mercado, y en lo relativo al sector porcino, las importaciones supusieron el 46% del mercado. Siendo Japón con el 25% de las importaciones de carne porcino del mundo, el primer importador mundial

El consumo de carnes y pescados en Japón ha caído en 5,6 kilogramos por persona y año desde el año 2000. Sin embargo, el consumo de carne de cerdo ha aumentado en 0,6 kilogramos por persona y año, en ese mismo periodo. Consolidándose como la segunda carne más consumida en Japón.

De esta forma el mercado japonés se convierte en un objetivo potencial para cualquier fabricante de productos porcinos, quien al mismo tiempo ha de ser muy consciente de que se trata de un mercado de difícil entrada, con un proceso de negociación y comercialización lento, en el que la distribución resulta muy compleja y cara, y que en general está muy influido por marcas, etiquetas y conceptos con los que identificarse.

Por otro lado, Japón se caracteriza por lo que podría calificarse como una "idiosincrasia" proteccionista, es decir, un conjunto de circunstancias económicas, comerciales, sociales e incluso culturales, que van más allá de las puras medidas proteccionistas de carácter arancelario y administrativo, pero que tienen el mismo efecto de favorecer a los productos nacionales, identificados como propios

En cuanto a España, las exportaciones no han parado de crecer, después del levantamiento del veto a sus exportaciones, como consecuencia de la desaparición de los brotes de peste porcina aparecidos entre Junio de 2001 y marzo de 2002. Actualmente ocupa el sexto puesto, en valor, como exportador de carne fresca y refrigerada de cerdo a Japón. Primer puesto dentro de las exportaciones europeas en jamón sin deshuesar. Segundo puesto en jamón deshuesado. Quinto en bacón. Decimoprimerero en salchichas.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

En este sentido, aunque no existen datos sobre el tipo de porcino, cerdo ibérico o cerdo blanco, que se exporta a Japón desde nuestro país, a través de los precios por Kilogramo reflejados en las estadísticas aduaneras de entrada, se puede observar como la carne de cerdo ibérico se está consiguiendo hacer con cuotas de mercado cada vez más significativas.

Las autoridades sanitarias japonesas son muy estrictas, por eso conviene revisar la ley sanitaria japonesa y cumplirla estrictamente. En ella se estipula la presencia residuos químicos, aditivos, microorganismos, actividad del agua, así como otros análisis. No porque los productos cumplan la normativa europea, o de otros países, tienen por qué cumplir las normas japonesas. Generalmente son mucho más estrictas. El incumplimiento de la normativa puede llevar la destrucción o repatriación del envío, así como la inclusión en una lista de incidencias.

Tener un buen socio o importador comercial es fundamental para entrar en el mercado, y la mejor forma de hacer esto es a través de la participación en ferias especializadas, donde las empresas japonesas acuden para buscar nuevos proveedores. Aunque la entrada al mercado puede resultar un poco lenta para algunos productores, es un proceso seguro y basado sobre todo en la confianza con el socio importador. El importador japonés suele ser bastante implacable en cuanto al cumplimiento de las exigencias tales como el contrato, las fechas de envío, la cantidad de envío, etc., aunque por otro lado es muy fiel a su proveedor.

Se trata de un mercado que debe abordarse con una visión a largo plazo. Las importaciones de carne de porcino en Japón están directamente influenciadas por una complicada relación entre la demanda doméstica (tanto para uso doméstico e industrial como para la industria procesadora de carne), la producción nacional, las relaciones entre precios de importación y precios de producción y la revalorización del yen.

La certificación de calidad de los productos, el cumplimiento estricto de los controles de calidad, y la presentación del producto, son las claves para incrementar las exportaciones de productos porcinos a Japón.

# I ■ INTRODUCCIÓN

Japón representa en la actualidad la segunda economía del mundo con un PIB de 507 billones de yenes y una población que supera los 127 millones de personas.

Su situación macroeconómica es delicada, según las previsiones del FMI elaboradas en Enero de 2009, el PIB japonés tendrá tasa de crecimiento negativas hasta 2010, siendo el año 2009, con una previsión de caída del PIB en un -5,8%, el año con el ajuste más fuerte.

**Tabla 1 Evolución del PIB japonés**

FMI (Enero 2009)	2008	2009	2010
PIB real	-0,7 %	-5,8 %	-0,2 %

Fuente: Previsiones FMI Enero 2009

Sin embargo para el sector objeto de estudio, el mercado de carne porcina en Japón es muy importante, pues es el mayor importador de carne porcina del mundo, con casi el 25% de las importaciones en 2008 según datos de la FAO.

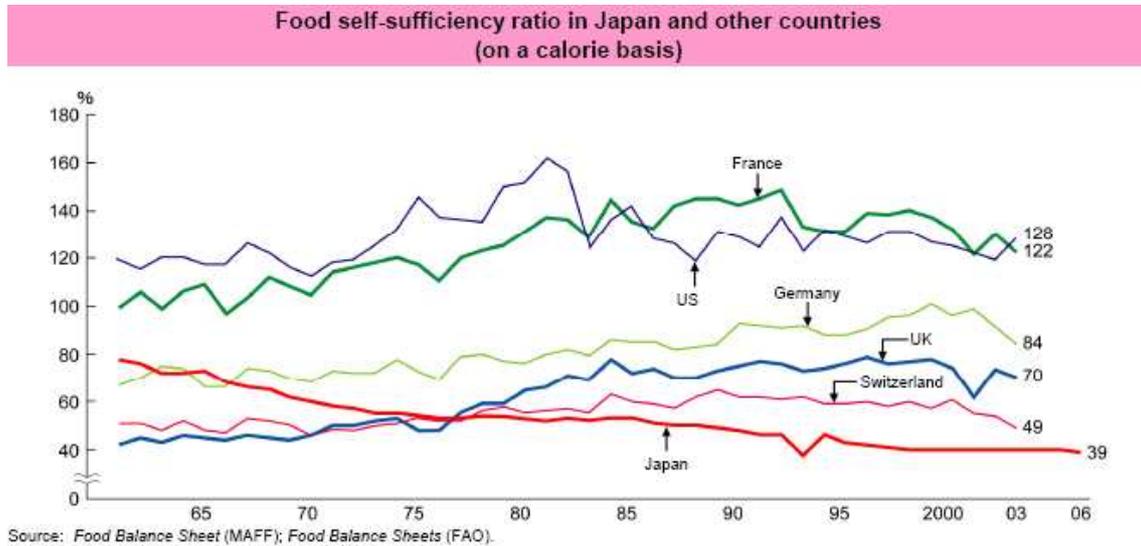
Es un mercado que tiene un gran interés por los productos extranjeros y una capacidad adquisitiva muy alta, incluso en un momento como el actual de crisis económica. Los consumidores japoneses son exigentes en calidad y en concordancia con ello están dispuestos a pagar precios muy altos por ella.

Japón con una orografía muy montañosa, y un clima que va desde el subtropical de Okinawa, la prefectura más meridional de Japón, al subártico de Hokaido, la prefectura más septentrional de Japón, cuenta con muy poco terreno cultivable. Además con 127 millones de habitantes, la demanda de terrenos para construir es muy elevada, lo que desincentiva el aprovechamiento agrícola de los terrenos. Todo esto hace de Japón un país muy dependiente agrícolamente hablando. Con una tasa de autosuficiencia en torno al 40%.

Como se puede ver en el Gráfico 1, a continuación, Japón es el país desarrollado más dependiente agrícolamente. Esta dependencia, como vemos ha ido creciendo desde los años 60. Por esta razón, a la hora de establecer una relación comercial hay que pensar en una relación a largo plazo, pues su necesidad alimentaria es estructural, y no coyuntural. Convirtiendo el mercado japonés, en un mercado estratégico.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

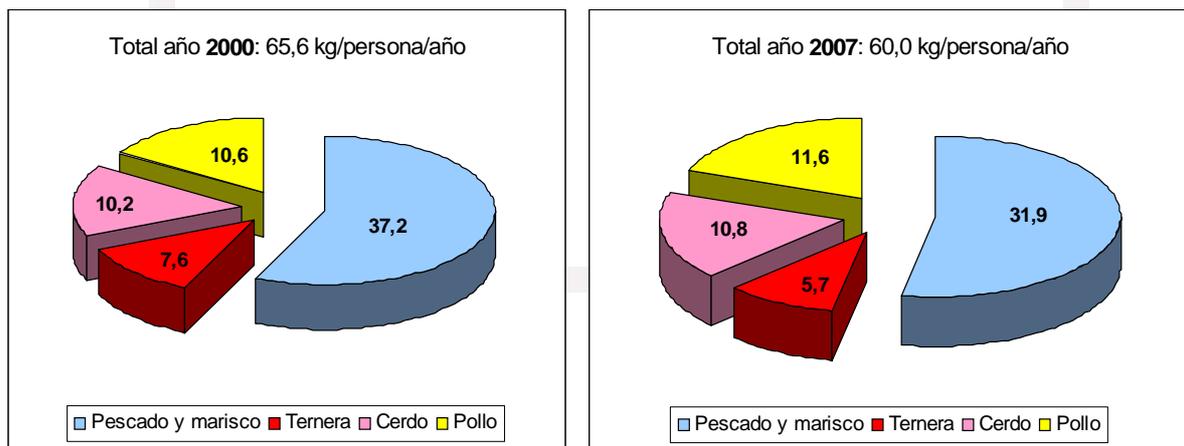
GRÁFICO 1. RATIO DE SUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA PRINCIPALES ECONOMÍAS



Fuente: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan (MAFF)

Como se puede ver en el gráfico 1, los países avanzados con más excedentes agrícolas son EEUU y Francia, y los más dependientes Suiza y Japón.

GRÁFICO 2. CONSUMO DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN JAPÓN (KILOGRAMOS PER CÁPITA EN UN AÑO)



Fuente: Agriculture & Livestock Industries Corporation en base a datos del MAFF

Como se observa en el gráfico 2, el consumo de carnes y pescado ha bajado en 5,6 kg en los últimos 7 años, esto es debido a la menor necesidad alimenticia según va envejeciendo

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

la población. Sin embargo, no todos los productos se han comportado igual, mientras el consumo de carne de cerdo per cápita ha aumentado ligeramente en 0,6 kilogramos. Ha descendido el consumo de pescado en 5,3 kg per cápita, y el consumo de ternera ha bajado en 1,9 kg, debido a la crisis de Encefalopatía Bovina Espongiforme que hubo en 2001, y que desde entonces el mercado japonés de carne de ternera no se ha recuperado.

**Tabla 2 Gasto de los hogares japoneses en 2000 y 2006**

	2000 ¥ al mes	2006 ¥ al mes	06-00 ¥ al mes	06/00 %
Nº Hogares Entrevistados	7.803	7.743	-60	-0,8%
Tamaño de los hogares	3	3	0	-3,7%
Gasto por hogar	317.133	295.332	-21.801	-6,9%
<b>Total gasto alimentario</b>	<b>73.844</b>	<b>68.178</b>	<b>-5.666</b>	<b>-7,7%</b>
Comidas fuera del hogar	12.448	11.517	-931	-7,5%
Consumo en el hogar	61.396	56.661	-4.735	-7,7%
<b>Productos perecederos</b>	<b>27.212</b>	<b>24.178</b>	<b>-3.034</b>	<b>-11,1%</b>
Pescados y Mariscos	8.594	7.129	-1.465	-17,0%
Carnes	6.496	6.041	-455	-7,0%
Vegetales y algas	9.048	8.388	-660	-7,3%
Frutas	3.074	2.620	-454	-14,8%
<b>Cereales</b>	<b>7.319</b>	<b>6.326</b>	<b>-993</b>	<b>-13,6%</b>
Leche y huevos	3.714	3.287	-427	-11,5%
Aceite y aderezos	3.189	3.012	-177	-5,6%
Dulces y aperitivos	4.843	4.809	-34	-0,7%
<b>Comida preparada</b>	<b>7.963</b>	<b>8.211</b>	<b>248</b>	<b>3,1%</b>
<b>Bebidas</b>	<b>3.515</b>	<b>3.639</b>	<b>124</b>	<b>3,5%</b>
Bebidas alcohólicas	3.642	3.199	-443	-12,2%
<b>Suplementos</b>	<b>688</b>	<b>1.167</b>	<b>479</b>	<b>69,6%</b>

Fuente: Household expenditure survey (MAFF)

Como se observa en la tabla 2, el gasto alimentario de los hogares en los últimos 6 años ha disminuido en un 7,7%. Siendo los cereales, los productos lácteos y huevos y los productos perecederos los que han experimentado una mayor bajada, del 13,6%, 11,5% y del 11,1% respectivamente. Destacar que solo hay tres partidas de gasto que crecen, el gasto en co-

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

mida preparada, el gasto en bebidas no alcohólicas, y el gasto en suplementos vitamínicos y alimenticios. Esta última partida, la de suplementos vitamínicos y alimenticios crece, nada menos que un 69,6%. Hecho relevante que coincide con la moda actual del culto al cuerpo, y la delgadez femenina, que llevan a sustituir un desayuno o una comida por un suplemento.

No obstante tras esta primera introducción del mercado alimenticio japonés, decir que el mercado porcino, como se ha podido ver, no le afecta este cambio de hábitos, y que gracias la crisis de Encefalopatía Bovina Espongiforme, la carne de cerdo se ha consolidado como la segunda carne más consumida.

Las cifras que aparecen en este estudio estarán en Yenes japoneses salvo que se indique lo contrario. El cambio actual del yen japonés con respecto al euro es de 132,4 yenes por euro. La fuente principal sobre intercambios comerciales con Japón ha sido la Japan Tariff Association, hay que destacar que esta institución, mantiene los 6 primeros dígitos del código HS Taric igual que todos los países, no obstante el código de 9 dígitos es único para Japón.

### **1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS**

El principal objetivo del presente Estudio de Mercado es profundizar en el conocimiento del mercado porcino en Japón y descubrir las oportunidades que dicho mercado puede ofrecer a los productos españoles.

En la elaboración de este estudio de mercado hemos tomado como referencia únicamente las partidas arancelarias referidas a los productos cárnicos frescos correspondientes a la especie porcina, tanto refrigerados como congelados (0203), el porcino conservado según métodos tradicionales, es decir salado, en salmuera, seco o ahumado (0210.1), embutido y salchichas (1601.0) y bacón (1602.4). De esta forma quedan al margen de este estudio aquellos productos referidos a los despojos comestibles de porcino (0206.30 – 90)<sup>1</sup>, el tocino y las grasas del cerdo (0209).

Al no existir diferenciación arancelaria entre carne de cerdo blanco y carne de cerdo ibérico, es imposible dar datos sobre el porcentaje por tipos de carne. Solamente se puede intuir por el precio de entrada pagado, la carne de cerdo ibérico está mejor pagada.

---

<sup>1</sup> Por despojos comestibles entendemos las partes blandas como diafragma, lengua, cola, hígado, corazón, etc.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

PRODUCTO	HS CODE	DEFINICIÓN
Carne de Cerdo Fresca o Congelada (0203)	0203.11	En canales o medios canales, fresca o refrigerada.
	0203.21	En canales o medios canales, congelada.
	0203.12	Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, fresca o refrigerada.
	0203.22	Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, congelada.
	0203.19	Las demás, fresca o refrigerada.
	0203.29	Las demás, congelada.
Jamón curado	0210.11.020	Jamones, paletas, y sus trozos, sin deshuesar
	0210.19.020	Las demás (jamones, paletas y sus trozos deshuesados)
Salchichas	1601.00.000	Embutidos y productos similares, de carne, de despojos o de sangre, preparaciones alimenticias a base de estos productos
Bacón	1602.41.011; 1602.42.011;	Las demás preparaciones y conservas de carne, de despojos o de sangre de la especie porcina, por debajo de
	1602.42.019; 1602.49.210 1602.41.019; 1602.49.220	Las demás preparaciones y conservas de carne, de despojos o de sangre de la especie porcina, por debajo de

*Fuente: Japan Tariff Association.*

En el caso del porcino el código arancelario japonés, más allá de los seis dígitos armonizados, no distingue específicamente entre los diferentes tipos de carne que componen las partidas, y simplemente se limita a clasificar la carne según la aplicación o no de cargas arancelarias.

# II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

## 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

La producción cárnica ha sufrido durante los últimos años una sucesión de crisis que han alterado de manera significativa la demanda a nivel mundial de estos productos. En el caso de Japón, las sucesivas prohibiciones a la importación de diversos tipos de carnes, han acabado por alterar tanto el tamaño de la oferta como las preferencias del mercado.

Así el estallido en enero de 2001 de la epidemia de Encefalopatía Bovina Espongiforme (o más conocido como “mal de las vacas locas”) en Europa, con la consiguiente suspensión de las importaciones, fue seguido de brotes de fiebre aftosa (en la UE en marzo), de gripe del pollo (en China en mayo) y finalmente de peste porcina en Alemania y España en junio. A ello cabría añadir además la confirmación en Septiembre del mismo año del primer caso del mal de las vacas locas en Japón que provocó un hundimiento del consumo de carne de vaca en favor del cerdo y el pollo.

En este sentido la importación de carne de porcino, al mantenerse al margen de la mayoría de estos problemas (con excepción de los casos localizados de peste porcina y fiebre aftosa) ha visto su cuota de mercado sustancialmente favorecida con respecto a la carne de otras especies animales, siendo la principal beneficiaria de estas crisis durante los últimos años. Esta tendencia se aprecia claramente en las importaciones de carne fresca y congelada.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

GRAFICO 3.- CABEZAS DE GANADO PORCINO POR PAÍSES, AÑO 2003 (en miles):

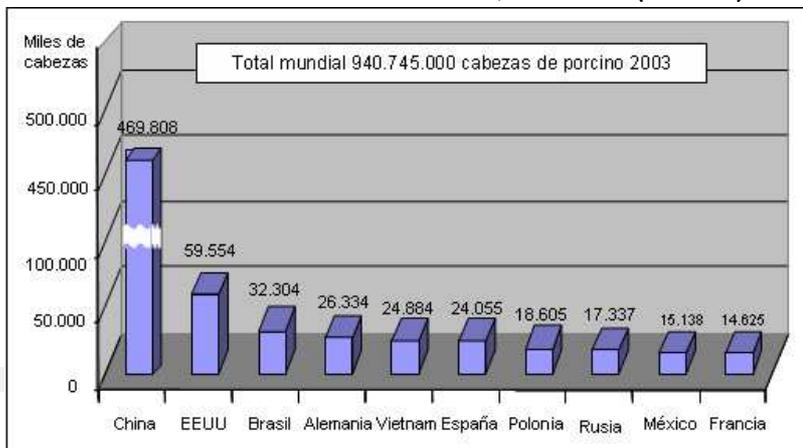
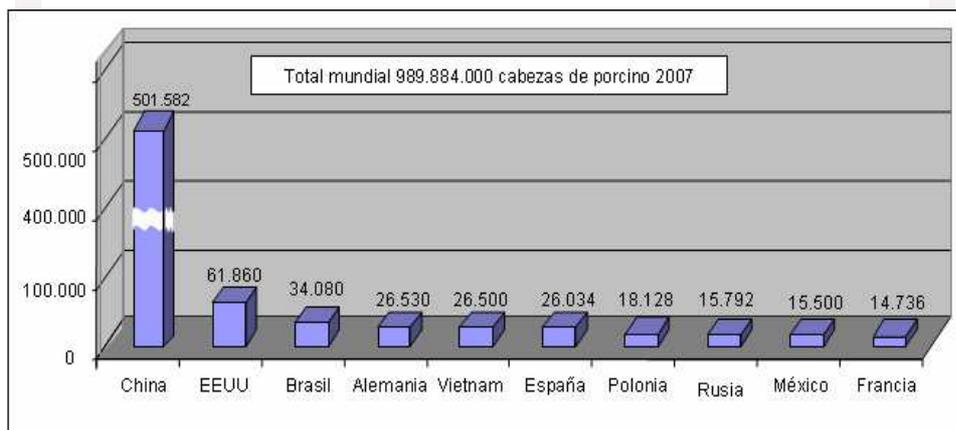


GRAFICO 4.- CABEZAS DE GANADO PORCINO POR PAÍSES, AÑO 2007 (en miles):



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la FAO

A nivel mundial la cabaña ganadera ha crecido en los últimos 4 años en 50 millones de cabezas, aunque solo China es responsable de un 65% de ese aumento, con 32 millones de cabezas. De los 10 primeros países productores 5 han crecido más de un 5%: México, España, Vietnam, Brasil y China. Solo ha descendido el número de cabezas en Francia (-2%) y Polonia (-2%). De los exportadores de productos cárnicos de porcino a Japón, destacan las reducciones de cabezas de ganado de: Hungría (-22%) y Canadá (-7%).

El sector porcino japonés cuenta con un tamaño respetable, en el contexto de una economía eminentemente industrial, siendo su cabaña porcina la decimoctava mayor del mundo, por delante de países con mayor tradición como Italia o Ucrania.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

### 1.1. Tamaño de la oferta

El mercado japonés de carne de porcino, ha multiplicado por tres, su tamaño desde 1970 hasta 2004, año en el que se llega a un record de 2.500.000 toneladas consumidas. Y en 2005, debido a una producción nacional menor que en 2004, se consigue el record de importaciones, con 1.246.000 toneladas importadas.

Este record se ha conseguido gracias a dos factores externos al mercado de carne de porcino, por un lado la crisis de EBE, que afectó al consumo de carne de bovino, y la gripe aviar, que redujo la importación de carne de pollo, lo que hizo aumentar sustancialmente el mercado de carne de porcino como sustitutivo al pollo y a la ternera.

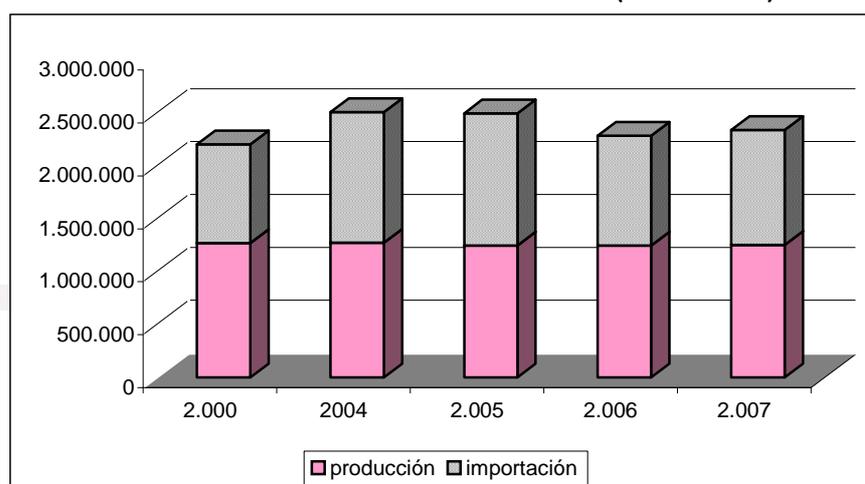
La producción nacional parece consolidarse en torno a 1.250.000 toneladas, dato a tener en cuenta pues, el gobierno japonés incentiva la producción nacional, para evitar tener una dependencia más alta del extranjero. Así los cambios que haya en la demanda en el futuro los soportarán las importaciones, y no habrá cambios en la producción nacional, salvo acontecimientos excepcionales en el país.

**TABLA 2.- LA CUOTA DE IMPORTACIÓN DE LA CARNE DE PORCINO EN JAPÓN (en toneladas<sup>2</sup>)**

	2.000	2004	2.005	2.006	2.007
Producción	1.270.685	1.272.326	1.244.963	1.246.525	1.250.247
Exportación	288	19	48	343	1.294
Importación	929.865	1.233.027	1.246.507	1.035.000	1.085.403
<b>TOTAL</b>	<b>2.200.262</b>	<b>2.505.334</b>	<b>2.491.422</b>	<b>2.281.182</b>	<b>2.334.356</b>
% importaciones	42,26%	49,22%	50,03%	45,37%	46,50%

Fuente: JAPAN MEAT CONFERENCE, Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries.

**GRAFICO 3.- EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE PORCINO EN JAPÓN (en toneladas):**



Fuente: JAPAN MEAT CONFERENCE, Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries

<sup>2</sup> Peso en canal.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

Centrándonos en las cuestiones relacionadas con la producción japonesa, durante los últimos 18 años el sector porcino ha visto como se reducía tanto el volumen de su producción como el número de cabezas de su ganadería porcina en casi un 20%<sup>3</sup>.

Actualmente parece haberse asentado la producción sobre 16.200.000 cabezas sacrificadas, o un peso en carcasas de 1.250.000 toneladas.

**TABLA 3.- CABEZAS DE PORCINO SACRIFICADAS EN JAPÓN (Cabezas, Toneladas, %)**

	2.001	2.002	2.003	2.004	2.005	2.006
Número de cabezas	16.329.000	16.183.000	16.396.000	16.578.000	16.242.549	16.210.290
Peso de las carcasas	1.241.737	1.235.809	1.260.045	1.272.326	1.244.963	1.246.605
Variación	-2,33%	-0,48%	1,92%	0,97%	-2,20%	0,13%

*Fuente: JAPAN MEAT CONFERENCE, Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries*

El número de granjas porcinas se ha visto reducido de manera aún más traumática, concentrándose la producción en el año 2007 en 7.550 pocilgas, 1.300 menos que las 8.800 pocilgas en 2004, o 45.600 menos que en el año 1989.

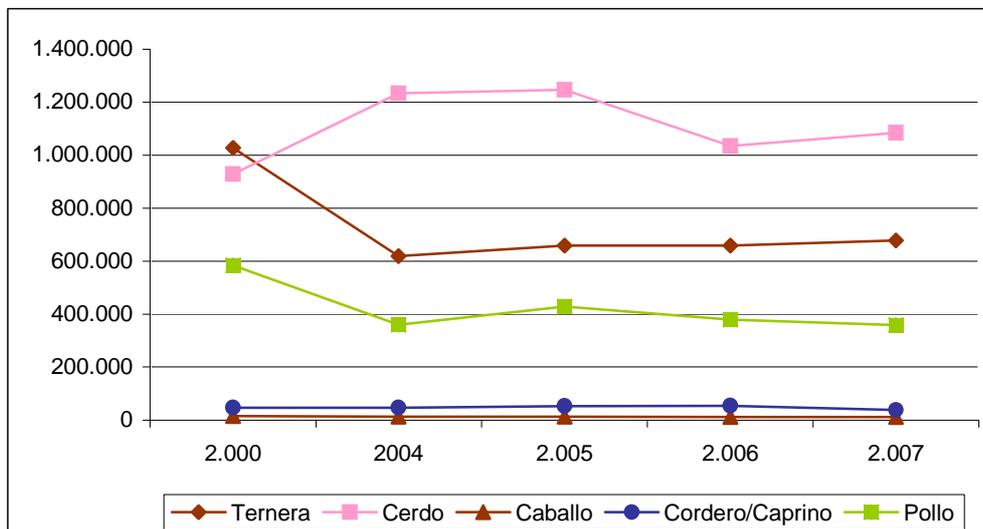
Así esta drástica reducción en el número de granjas respondería a la significativa disminución de la rentabilidad de la producción porcina, que ha provocado por un lado el abandono de las pequeñas producciones y por otro la concentración de la actividad en las granjas de mayor tamaño, más rentables por el uso de tecnologías más avanzadas y la optimización de su gestión. En todo caso, dado que los costes de producción de una granja porcina japonesa resultan mucho más onerosos en Japón que en EE.UU. o la Unión europea y los niveles tecnológicos aplicados son similares, el porcino japonés depende para su supervivencia de las salvaguardias proteccionistas de los aranceles.

Como la producción nacional no puede cubrir la demanda interna, se recurre a las importaciones. Siendo Japón el país del mundo que más carne de porcino importa, con cerca del 25% de las importaciones mundiales. El consumo de carnes en Japón es principalmente de cerdo, ternera y pollo. Siendo tanto la producción como la importación de otras carnes muy reducidas.

<sup>3</sup> Según datos del Ministerio Japonés de Agricultura, Pesca y bosques, en 1989 la ganadería porcina alcanzó los 11.866.000 cabezas, frente a los 9.759.000 de 2007.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

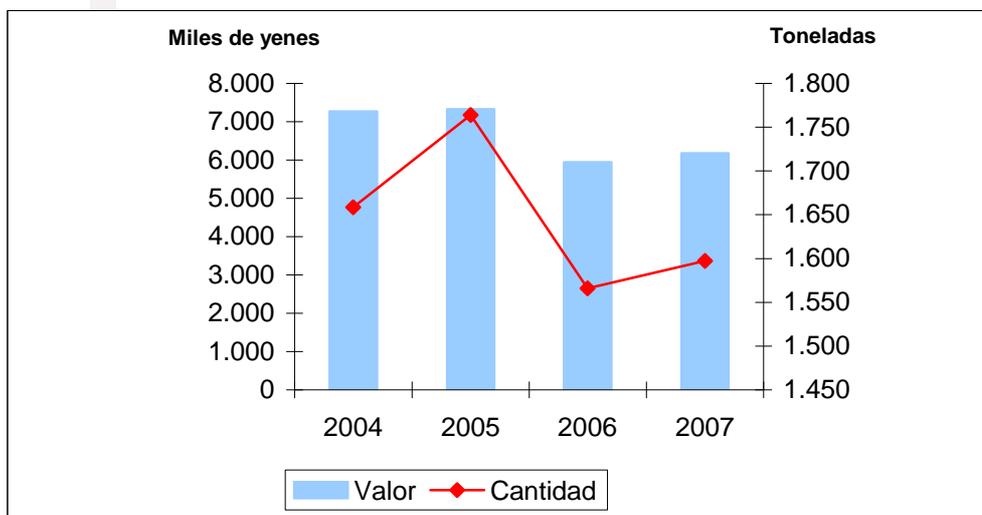
**GRÁFICO 5. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES TIPOS DE CARNE A JAPÓN (EN TONELADAS):**



Fuente: *JAPAN MEAT CONFERENCE, Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries.*

Así, si en el año 2000, la carne de ternera era el producto más importado, seguido de cerca por la carne de cerdo; en el año 2004, como se puede ver en el gráfico, la carne de cerdo fue la más importada con el doble de toneladas que la carne de ternera. En el año 2005 las importaciones de carne de cerdo llegan a su máximo histórico, para luego empezar a decrecer debido al descenso del consumo de productos cárnicos en Japón. El mercado cárnico japonés parece haber llegado a su cima en el año 2005, en paralelo a la evolución de la población japonesa, que llegó a su máximo en 2005.

**GRAFICO 6.- EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN Y VALOR DE LAS IMPORTACIONES CARNICAS:**



Fuente: *JETRO*

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

### 1.2. Análisis de los componentes de la oferta

#### Carne de Cerdo Fresca o Congelada (0203)

##### Análisis de la Producción

En el sector de productos cárnicos de porcino en Japón existen más de medio millar de fabricantes de carne. La mayoría de ellas son pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas de ámbito local pero el mercado está dominado por los grandes fabricantes. Los cinco mayores fabricantes controlan el 81% del mercado, son: Nippon Meat Packers Inc., Itoham Foods Inc., Prima Meat Packers Ltd., Marudai Food Corporation.

**TABLA 4 - CUOTA DE MERCADO DE CARNES PROCESADAS.**

EMPRESA	2005		2006	
	Valor (mll. ¥)	Cuota de Mercado	Valor (mll. ¥)	Cuota de Mercado
Itoham Foods	54.112	20,3%	54.657	21,1%
Nippon Meat Packers	54.400	20,4%	53.500	20,6%
Marudai Food Corporation	41.500	15,5%	42.050	16,2%
Prima Meat Packers	32.122	12,0%	31.300	12,1%
Yonekyu	31.000	11,6%	29.750	11,5%
Otros	53.866	20,2%	48.143	18,6%
<b>TOTAL</b>	<b>267.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>259.400</b>	<b>100,0%</b>

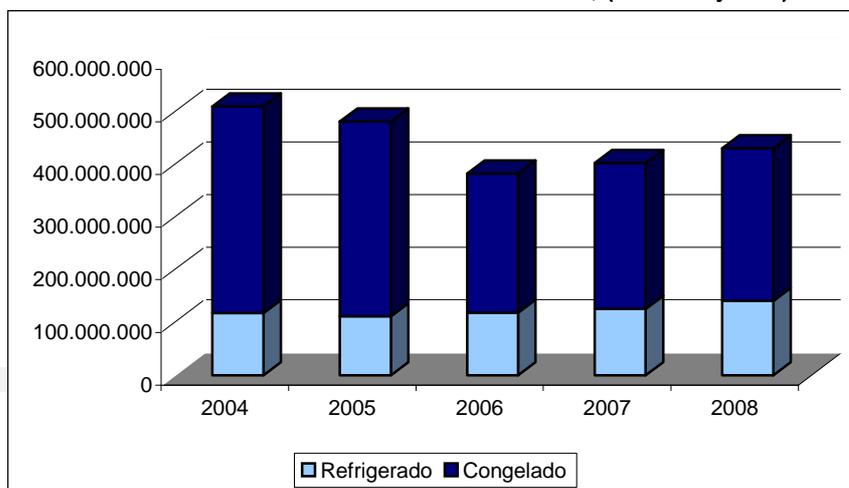
*Fuente: Yano Research Institute, 2008.*

##### Análisis de las Importaciones

Analizando de manera general las importaciones de cerdo fresco y congelado (0203.2) a Japón se observa, como desde 2005 las importaciones totales han disminuido, consolidándose en torno al 550.000 toneladas, o 392.000 millones de yenes.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

GRAFICO 7.- EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO, (miles de yenes):



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Japan Tariff Association (JTAS)

En 2004 las importaciones de ternera cayeron en 200.000 Toneladas, y las de pollo en otras 200.000 Toneladas. Mientras ese año las importaciones de porcino subieron en algo más de 200.000 Tn., es decir un 20% en un solo año, para cubrir la demanda de carne. De 2005 a 2006 se reanudan las importaciones de carne de ternera desde USA, lo que pudo infundir esperanzas en que la demanda de carne de ternera volviera a niveles de 2003, y se dejaron de importar de cerdo, en un solo año bajaron un -16% las importaciones de porcino, mientras que la ternera se mantuvo constante y el pollo apenas aumentó un 1%. Como consecuencia en 2006 se demandó la misma carne que a principios de los años 90, 200.000 Tn. menos de carne que en 2005. Desde entonces, el mercado se ha ido recuperando.

TABLA 5.- COMPARACIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO FRESCO Y CONGELADO (miles de yenes):

	2.004	%	2.005	%	2.006	%	2.007	%	2.008	%
Congelada	392.502.480	76,91%	370.014.300	76,74%	264.761.287	69,05%	277.746.024	68,83%	289.869.362	67,25%
Refrigerada	117.805.006	21,98%	112.164.367	23,26%	118.700.197	30,95%	125.793.444	31,17%	141.141.438	32,75%
TOTAL	510.307.486	98,89%	482.178.667	100,00%	383.461.484	100,00%	403.539.468	100,00%	431.010.800	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Japan Tariff Association (JTAS)

Además del este estancamiento en la cantidad importada, se empieza a apreciar un cambio de tendencia con respecto al tipo de carne de porcino que se importa. Desde 2004 mientras las importaciones de carne refrigerada han aumentado en algo más del 38%, las de congelado han disminuido en un 17%.

Por lo que respecta al desglose de las importaciones de porcino fresco y congelado (0203) según su lugar de origen, se observa como los principales proveedores son, con diferencia, EE.UU. (41,05%), Canadá (21,63%) y Dinamarca (19,44%). Entre estos tres países supusieron el 81,76% de las importaciones de carne de porcino a Japón en el año 2008, frente al 82,12% del año 2004. Destaca el incremento de la cuota de mercado de EEUU que ha ganado 11 puntos de cuota de mercado respecto 2004, que se lo ha quitado a Dinamarca 11 puntos menos. Esto es debido al cambio de gustos de la demanda que durante los

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

últimos 4 años ha incrementado el consumo de carne refrigerada frente a la congelada, producto estrella de la industria danesa.

**TABLA 6.- VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO EN JAPÓN (en millones de yenes, en toneladas y %)**

Fresco+					Fresco+								
Pos.	Refrigerado			Cuota de	Posición	Refrigerado			Cuota de	Incremento	Incremento	Pos.	
2004	2004	Cantidad	Precio	mercado	2008	2008	Cantidad	Precio	mercado	Cantidad	Precio	2004	
1	Dinamarca	267.695	155.816	30,53%		1	EEUU	336.940	176.945	41,05%	31,56%	15,51%	2
2	USA	256.110	153.181	30,02%		2	Canadá	174.632	91.674	21,27%	-5,43%	-16,78%	3
3	Canadá	184.655	110.164	21,59%		3	Dinamarca	159.784	83.769	19,44%	-40,31%	-46,24%	1
4	Chile	38.954	22.659	4,44%		4	México	56.551	30.344	7,04%	73,12%	53,60%	5
5	México	32.665	19.756	3,87%		5	Chile	23.777	12.456	2,89%	-38,96%	-45,03%	4
6	Hungría	17.257	10.040	1,97%		6	España	16.102	9.529	2,21%	651,12%	582,67%	14
7	Holanda	12.276	7.052	1,38%		7	Hungría	10.206	5.367	1,25%	-40,86%	-46,54%	6
8	Francia	12.065	6.965	1,36%		8	Holanda	10.089	5.292	1,23%	-17,82%	-24,95%	7
9	Austria	9.093	5.288	1,04%		9	Austria	8.116	4.251	0,99%	-10,74%	-19,61%	9
10	Irlanda	8.580	5.052	0,99%		10	Francia	7.205	3.823	0,89%	-40,28%	-45,11%	8

Fuente: Japan Tariff Association

Los principales países exportadores de carne refrigerada son EEUU, Canadá y México. Los países que a nivel global más han incrementado su presencia en el mercado japonés. Sin duda el tipo de cambio del dólar frente al euro en los últimos años ha sido uno de los factores que más ha influido en el crecimiento de 11 puntos en la cuota de mercado americana, ya que el conjunto de los países de la Unión Europea ha perdido 11 puntos de cuota de mercado.

En tercer lugar, respecto a Canadá, su cuota de mercado se mantiene cómodamente situada en un segundo lugar, tanto en lo que respecta al porcino refrigerado como al congelado. Esta situación, y el espectacular crecimiento del valor de sus importaciones, especialmente a finales de la década de los 90 y el año 2002, se explica por la propensión de algunas de las principales compañías de trading a diversificar riesgos entre los proveedores de materias primas alimenticias

Chile y México se sitúan entre los cinco primeros gracias a los tratados de libre comercio que tienen con Japón, que da cierta ventaja frente a otros países.

El mayor incremento en los últimos 4 años ha sido para España, que ha pasado del puesto 14 como suministrador al sexto. Las exportaciones de carne congelada han pasado de 2000 Tn. a 16.000Tn. La concentración de las exportaciones españolas en los tipos de carne cuyo precio por unidad resulta más elevado, que garantizan un mercado en el que un eventual incremento de los precios mínimos establecidos por la administración japonesa para la defensa de su producción nacional, no afectaría al tratamiento arancelario del porcino español.

Una vez examinadas de forma genérica las importaciones de porcino fresco y congelado 0203, pasemos a analizar brevemente la composición más específica de estas importaciones.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

Como ya señalamos anteriormente, las partidas arancelarias japonesas no distinguen entre tipos de carne porcina más allá de los 6 dígitos del código internacional armonizado, exceptuando si se trata de porcino doméstico o salvaje. En todo caso y ya que las importaciones de jabalí resultan marginales en el conjunto de las importaciones porcinas pasaremos brevemente a desglosar las partidas que componen la carne fresca y congelada de porcino, de acuerdo con estos 6 dígitos del código HS.

En primer lugar, la carne de porcino importada en canales o medios canales (0203.11, fresca y 0203.21, congelada) supone la menor de todas las importaciones de porcino a Japón. Su valor supone menos del 0,01% del total, y en él se incluye la mayor proporción de jabalí de todas las partidas de porcino fresco y congelado. Además es la única partida en que la carne fresca domina sobre la congelada.

**TABLA 7.- VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO 0203.11 (en miles de yenes):**

203.11	2004		2005		2006		2007		2008	
	Valor	Cuota mercado	Valor	Cuota mercado	Valor	Cuota mercado	Valor	Cuota mercado	Valor	Cuota mercado
FRANCIA	0	0,00%	0	0,00%	9.150	63,27%	4.996	34,80%	11.774	56,77%
ITALIA	842	3,16%	1.991	29,30%	4.276	29,57%	6.439	44,85%	8.967	43,23%
ESPAÑA	0	0,00%	1.393	20,50%	535	3,70%	2.436	16,97%	0	0,00%
AUSTRAL.	6.407	24,05%	3.412	50,21%	500	3,46%	486	3,39%	0	0,00%
EEUU	19.388	72,79%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
(APEC)	25.795	96,84%	3.412	50,21%	500	3,46%	486	3,39%	0	0,00%
(UE)	842	3,16%	3.384	49,79%	13.961	96,54%	13.871	96,61%	20.741	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>26.637</b>	<b>100,00%</b>	<b>6.796</b>	<b>100,00%</b>	<b>14.461</b>	<b>100,00%</b>	<b>14.357</b>	<b>100,00%</b>	<b>20.741</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Japan Tariff Association

Además, con excepción de las importaciones esporádicas de carne de jabalí anteriormente indicadas, las partidas de cerdo 0203.11 llegadas a Japón se componen exclusivamente de porcino doméstico cuyo valor por kilogramo está por encima del *gate price*<sup>4</sup> previsto para la protección de la producción japonesa.

Lo mismo ocurre con el congelado, para el cual destaca España además como principal proveedor. Habiendo pasado de vender por valor de 3.500.000 yenes a 13.123.000, y del 63% de cuota de mercado al 83%

**TABLA 8.- VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO 0203.21 (en miles de yenes):**

<sup>4</sup> *Gate price*: Precio de acceso al mercado japonés definido en las negociaciones de la Ronda de Uruguay de la Organización Mundial del Comercio. En el punto 2.2.1 de este estudio se analiza este concepto en profundidad

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

203.21	2004		2005		2006		2007		2008	
	Valor	Cuota mercado	Valor	Cuota mercado	Valor	Cuota mercado	Valor	Cuota mercado	Valor	Cuota mercado
ESPAÑA	3.552	63,38%	4.348	100,00%	5.376	57,90%	20.076	76,93%	13.123	84,14%
CANADA	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	682	2,61%	235	1,51%
EEUU	2.052	36,62%	0	0,00%	3.909	42,10%	5.340	20,46%	2.239	14,36%
DINAMARCA	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
MÉXICO	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
AUSTRAL.	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
(APEC)	1.877	33,49%	0	0,00%	3.909	42,10%	6.022	23,07%	2.474	15,86%
(UE)	1.696	30,26%	4.348	100,00%	5.376	57,90%	20.076	76,93%	13.123	84,14%
<b>TOTAL</b>	<b>5.604</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.348</b>	<b>100,00%</b>	<b>9.285</b>	<b>100,00%</b>	<b>26.098</b>	<b>100,00%</b>	<b>15.597</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Japan Tariff Association

Por lo que respecta a las piernas, paletas, y sus trozos de porcino sin deshuesar —partidas 0203.12 (frescas) y 0203.22 (congeladas) —, nuevamente su relevancia en el conjunto de la carnes de porcino resulta mínima, representando tan solo un 0,26% del valor total.

En cualquier caso España nuevamente ocupa un lugar destacado en esta partida, sobre todo en cuanto al porcino fresco, donde su cuota de mercado alcanzó en el año 2008 el 25,49%, tres puntos más que en 2004, aunque con menos valor absoluto.

**TABLA 9.- VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO 0203.12 (en miles de yenes):**

203.12	2004		2005		2006		2007		2008	
	Valor	Cuota mercado								
EEUU	231.205	74,60%	174.170	67,33%	194.906	62,40%	127.102	56,25%	133.199	64,92%
ESPAÑA	69.699	22,49%	79.609	30,77%	112.724	36,09%	83.588	36,99%	52.305	25,49%
FRANCIA	1.501	0,48%	1.707	0,66%	678	0,22%	13.580	6,01%	18.189	8,87%
CANADA	781	0,25%	454	0,18%	2.470	0,79%	0	0,00%	1.008	0,49%
AUSTRAL.	221	0,07%	0	0,00%	0	0,00%	594	0,26%	471	0,23%
ITALIA	5958	1,92%	0	0,00%	748	0,24%	634	0,28%	0	0,00%
MÉXICO	580	0,19%	2419	0,94%	282	0,09%	255	0,11%	0	0,00%
BÉLGICA	0	0,00%	322	0,12%	0	0,00%	206	0,09%	0	0,00%
CHILE	0	0,00%	0	0,00%	533	0,17%	0	0,00%	0	0,00%
(APEC)	232.787	75,11%	177.043	68,44%	198.191	63,45%	95.797	42,40%	134.678	65,64%
(UE)	77.158	24,89%	81.638	31,56%	114.150	36,55%	98.008	43,37%	70.494	34,36%
<b>TOTAL</b>	<b>309.945</b>	<b>100,00%</b>	<b>258.681</b>	<b>100,00%</b>	<b>312.341</b>	<b>100,00%</b>	<b>225.959</b>	<b>100,00%</b>	<b>205.172</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Japan Tariff Association

Destaca además la calidad de estas importaciones que se centran casi exclusivamente en la partida con un valor por kilogramo por encima del *gate price*. En este caso además el porcino español alcanza un precio de 2.627 yenes/kg cuatro veces superior al de la media del resto del porcino 0203.12.

Lo mismo ocurre respecto a las piernas, paletas, y sus trozos congelados, aunque en este caso tanto el volumen como el valor de las importaciones españolas es mucho más modesto y apenas alcanza el 1% de cuota de mercado en Japón. El precio medio por kilo de carne

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

española es de 3,65 yenes/kg, cuando la media es de 0,55 yenes/kg. Mientras el conjunto del mercado ha crecido un 14%, o unos 100 millones de yenes en valor desde 2004, las exportaciones españolas se han reducido en un 65% en valor, pasando de una cuota de mercado de 0,75% al 0,23%.

**TABLA 10.- VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO 0203.22 (en miles de yenes):**

203.22	2004		2005		2006		2007		2008	
	Valor	Cuota mercado								
MÉXICO	494.969	62,51%	389.380	46,62%	345.353	45,02%	477.873	55,17%	546.982	60,94%
CANADA	110.433	13,95%	169.334	20,27%	208.628	27,20%	160.283	18,51%	252.509	28,13%
CHILE	58.129	7,34%	108.204	12,95%	109.553	14,28%	96.852	11,18%	43.656	4,86%
EEUU	81.140	10,25%	123.320	14,76%	61.387	8,00%	34.728	4,01%	33.062	3,68%
AUSTRIA	37.205	4,70%	20.304	2,43%	14.904	1,94%	19.134	2,21%	8.282	0,92%
HUNGRÍA	0	0,00%	4.309	0,52%	14.478	1,89%	23.286	2,69%	6.137	0,68%
SUECIA	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	2.632	0,29%
ESPAÑA	5.908	0,75%	7.993	0,96%	9.485	1,24%	7.214	0,83%	2.109	0,23%
DINAMARCA	1.163	0,15%	0	0,00%	959	0,13%	23.809	2,75%	1.650	0,18%
FRANCIA	0	0,00%	2.386	0,29%	2.386	0,31%	21.885	2,53%	575	0,06%
AUSTRAL.	2569	0,32%	10010	1,20%	0	0,00%	1072	0,12%	0	0,00%
ITALIA	287	0,04%	0	0,00%	0	0,00%	0	0	0	0,00%
(APEC)	747.240	94,37%	800.248	95,81%	724.921	94,50%	770.808	88,99%	876.209	97,62%
(UE)	44.563	5,63%	34.992	4,19%	42.212	5,50%	95.328	11,01%	21.385	2,38%
<b>TOTAL</b>	<b>791.803</b>	<b>100,00%</b>	<b>835.240</b>	<b>100,00%</b>	<b>767.133</b>	<b>100,00%</b>	<b>866.136</b>	<b>100,00%</b>	<b>897.594</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Japan Tariff Association

Por último, donde se concentra el mayor volumen de las importaciones de porcino, es en las dos partidas correspondientes al resto de los cortes y partes cárnicas del cerdo, con un valor que supone el 99,73% de las importaciones de porcino fresco y congelado (0203). Es por tanto en estas partidas de carne fresca (0203.19) y congelada (0203.29) donde se comprende la evolución de las importaciones de porcino.

Desafortunadamente el código arancelario japonés no aporta más detalles sobre la composición de estas importaciones, y tenemos que confiar en las opiniones de los expertos, quienes coinciden en señalar que la composición principal de estas partidas corresponde a cortes de carne específicos tales como lomos de cerdo y costillares, dirigidos en similar proporción tanto al consumo directo familiar, como a la industria cárnica de procesamiento.

En todo caso y diferenciando entre los dos tipos cárnicos, tal y como vimos anteriormente el dominio del porcino congelado resulta claro frente a aquel fresco o refrigerado, en una proporción de 2 a 1. Pero sin embargo, en 2004, esta proporción era de 3 a 1. Igualmente, analizando el origen de cada uno de ellos, resulta clara la abrumadora supremacía de las importaciones estadounidenses de carne fresca con una cuota cercana al 71%, que dejan muy atrás al porcino canadiense 20% y sobre todo al danés 0,03%. España se consolida como 5º suministrador gracias a haber duplicado ventas desde 2004. Si en 2004 vendíamos por valor de 21 millones de yenes, actualmente vendemos por 54 millones.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

TABLA 11.- VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO 0203.19 (en miles de yenes):

203.19	2004		2005		2006		2007		2008	
	Valor	Cuota mercado								
EEUU	83.368.453	70,97%	80.811.297	72,22%	81.890.925	69,18%	85.629.994	68,20%	98.862.812	70,16%
CANADA	23.777.763	20,24%	23.695.559	21,18%	28.670.623	24,22%	31.414.973	25,02%	33.618.325	23,86%
MÉXICO	5.903.318	5,03%	5.924.277	5,29%	6.702.815	5,66%	7.873.677	6,27%	7.984.832	5,67%
AUSTRAL.	4.126.644	3,51%	1.318.970	1,18%	946.872	0,80%	546.905	0,44%	310.813	0,22%
ESPAÑA	21.277	0,02%	21.672	0,02%	24.041	0,02%	36.115	0,03%	54.449	0,04%
DINAMARCA	203.117	0,17%	115.425	0,10%	97.362	0,08%	14.121	0,01%	42.514	0,03%
FRANCIA	4.269	0,00%	8.644	0,01%	13.391	0,01%	16.016	0,01%	30.874	0,02%
ITALIA	22.910	0,02%	2.308	0,00%	2.398	0,00%	2.385	0,00%	10.906	0,01%
BÉLGICA	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
CHILE	0	0,00%	738	0,00%	12.347	0,01%	18.942	0,02%	0	0,00%
COREA S.	40.673	0,03%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
(APEC)	117.216.851	99,79%	111.750.841	99,87%	118.223.582	99,87%	125.484.491	99,95%	140.776.782	99,90%
(UE)	251.573	0,21%	148.049	0,13%	149.813	0,13%	68.637	0,05%	138.743	0,10%
TOTAL	117.468.424	100,00%	111.898.890	100,00%	118.373.395	100,00%	125.553.128	100,00%	140.915.525	100,00%

Fuente: Japan Tariff Association

En el caso de la carne congelada del resto de los cortes y partes cárnicas del cerdo (0203.29), más de las dos terceras partes de las importaciones porcinas se concentran aquí. En este caso es Dinamarca es el país con una mayor cuota de mercado, rozando el 29%, seguido de Estados Unidos 27% y Canadá con el 20%. En este segmento Dinamarca ha perdido 11 puntos de cuota de mercado, frente a EEUU, que ha sido el claro beneficiado.

Cabe señalar, que Dinamarca, debido a un cambio de preferencias de la industria, ha perdido la mitad de sus exportaciones en valor en los últimos 4 años.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

**TABLA 12.- VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE PORCINO 0203.29 (en miles de yenes):**

203.29	2004		2005		2006		2007		2008	
	Valor	Cuota mercado								
DINAMARCA	155.611.954	39,73%	126.977.048	34,39%	87.810.003	33,26%	84.576.200	30,55%	83.724.609	28,97%
EEUU	69.478.356	17,74%	78.326.796	21,22%	51.539.234	19,52%	58.083.420	20,98%	77.930.775	26,97%
CANADA	86.274.747	22,03%	84.413.575	22,87%	51.122.140	19,37%	55.755.990	20,14%	57.802.409	20,00%
MÉXICO	13.356.805	3,41%	13.212.308	3,58%	14.792.849	5,60%	17.903.837	6,47%	21.812.583	7,55%
CHILE	22.600.752	5,77%	27.957.539	7,57%	26.438.440	10,02%	24.029.692	8,68%	12.411.894	4,30%
ESPAÑA	1.386.358	0,35%	2.676.495	0,72%	5.094.713	1,93%	7.975.315	2,88%	9.406.826	3,26%
HUNGRÍA	10.039.615	2,56%	9.514.275	2,58%	6.284.569	2,38%	4.240.154	1,53%	5.361.163	1,86%
HOLANDA	7.052.248	1,80%	2.496.110	0,68%	2.394.693	0,91%	4.428.275	1,60%	5.292.397	1,83%
AUSTRIA	5.251.293	1,34%	6.725.187	1,82%	3.865.681	1,46%	5.580.887	2,02%	4.242.892	1,47%
FRANCIA	6.964.938	1,78%	5.556.668	1,51%	5.298.246	2,01%	4.780.598	1,73%	3.761.386	1,30%
POLONIA	0	0,00%	0	0,00%	64.375	0,02%	1.759.547	0,64%	1.916.581	0,66%
IRLANDA	5.051.878	1,29%	6.243.394	1,69%	5.031.299	1,91%	3.529.983	1,28%	1.840.780	0,64%
SUECIA	1.163.204	0,30%	514.705	0,14%	1.292.679	0,49%	1.663.769	0,60%	1.258.740	0,44%
FINLANDIA	3.012.576	0,77%	2.799.160	0,76%	1.631.482	0,62%	1.402.423	0,51%	1.197.730	0,41%
AUSTRAL.	983.647	0,25%	327.189	0,09%	276.904	0,10%	319.283	0,12%	460.227	0,16%
ITALIA	307.383	0,08%	132.504	0,04%	203.608	0,08%	176.168	0,06%	345.921	0,12%
BÉLGICA	1.977.468	0,50%	1.219.039	0,33%	447.092	0,17%	647.856	0,23%	100.275	0,03%
ALEMANIA	0	0,00%	14.300	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	75.879	0,03%
R.UNIDO	810.352	0,21%	68.420	0,02%	396.862	0,15%	393	0,00%	13.104	0,00%
COREA S.	380.941	0,10%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
(APEC)	193.075.248	49,29%	204.237.407	55,32%	144.169.567	54,61%	156.092.222	56,38%	170.417.888	58,98%
(UE)	194.535.077	49,66%	164.937.305	44,68%	119.815.302	45,39%	120.761.568	43,62%	118.538.283	41,02%
<b>TOTAL</b>	<b>391.704.515</b>	<b>100,00%</b>	<b>369.174.712</b>	<b>100,00%</b>	<b>263.984.869</b>	<b>100,00%</b>	<b>276.853.790</b>	<b>100,00%</b>	<b>288.956.171</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Japan Tariff Association

Por lo que concierne a la evolución de las importaciones españolas los niveles de crecimiento en estas partidas también resultan espectaculares, y desde la reapertura de las fronteras no ha dejado de aumentar. Así durante el 2008 las importaciones de porcino congelado desde España alcanzaron los 9.000 millones de yenes, frente a los 1.300 millones de 2004, posicionándose como sexto suministrador al mercado japonés, frente al puesto 14 que ocupaba en 2004.

### Importaciones japonesas desde España

En lo que atañe a las exportaciones españolas de carne de porcino a Japón durante el último año y medio estas se puede resumir a través de la siguiente tabla:

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

TABLA 13.- IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE PORCINO FRESCO (en Kg. y miles de yenes):

Partidas <sup>5</sup>	2004				2008			
	Cantidad	Valor	Cuota %	Precio ¥/Kg.	Cantidad	Valor	Cuota %	Precio ¥/Kg.
0203.11.040	0	0	0	0	0	0	0	
0203.21.040	2.094	3.552	63,38%	1.696	8.689	13.123	84,14%	1.510
0203.12.022	28.634	69.699	38,22%	2.434	19.914	52.305	58,82%	2.627
0203.22.022	2.183	5.908	0,78%	2.706	578	2.109	0,28%	3.649
0203.19.022	9.195	21.277	0,03%	2.314	28.300	54.449	0,05%	1.924
0203.29.021	528.610	345.095	0,56%	653	379.282	197.731	0,28%	653
0203.29.022	1.573.019	1.041.263	0,32%	662	15.665.187	9.209.095	4,23%	588
<b>TOTAL</b>	<b>2.143.735</b>	<b>1.486.794</b>	-	-	<b>16.110.639</b>	<b>9.528.812</b>	-	-

Fuente: Japan Tariff Association

Durante el año 2004, el volumen total de carne de porcino fresco y congelado que España exportó a Japón, alcanzó la cifra de 2.143 toneladas, muy por encima de las 193 toneladas del año 2003, en el que se produjo la reapertura de las fronteras a estos productos. Pasando en 2008 a 16.110 Tn de carne, un 652% más que en 2004. Es el país con más incremento en sus exportaciones, pasando del puesto 14 al sexto. No obstante el séptimo puesto está muy lejos a 7.000 Tn. y estamos muy lejos de los grandes proveedores japoneses, EEUU, Canadá y Dinamarca.

Respecto a la evolución del valor monetario de las importaciones, estas muestran una evolución similar, y así durante el año 2008 el valor de las importaciones de carne porcina española se vio incrementado respecto al 2004 en un 582%, y un 17% más con respecto al mismo periodo del año anterior.

Asimismo, tal y como se puede observar en la tabla 13, con la única excepción de la partida 0203.29.021, el resto de la carne de porcino española importada en Japón corresponde a carnes de alta calidad, cuyo valor por kilogramo se encuentra por encima del precio de acceso (*gate price*) definido por las autoridades japonesas de acuerdo con los acuerdos alcanzados en el seno de la OMC. Esta característica se observa igualmente en el valor por kilogramo de la carne que en la mayoría de las partidas está por encima de los 2.000 yenes / Kg., lo que suele corresponder con el valor de la carne de cerdo ibérico.

En cualquier caso, aunque las mejores posibilidades de acceso al mercado corresponden a la carne de ibéricos donde su calidad no encuentra competencia, el mayor volumen de las importaciones españolas continúa correspondiendo al cerdo blanco, que representa un mayor peso cuantitativo dentro de la producción nacional.

<sup>5</sup> 0203.11.040: En canales o medios canales, fresca o refrigerada, por encima del *gate price*.

0203.21.040: En canales o medios canales, congelada, por encima del *gate price*.

0203.12.022: Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, fresca o refrigerada, por encima del *gate price*.

0203.22.022: Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, congelada, por encima del *gate price*.

0203.19.022: Las demás, fresca y refrigerada, por encima del *gate price*.

0203.29.021: Las demás, congelada, por encima del precio mínimo y por debajo del *gate price*.

0203.29.022: Las demás, congelada, por encima del *gate price*.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

### Productos transformados; Jamón curado (0210.1) Salchichas (1601.0) y Bacón (1602.4)

El volumen de producción fue, en 2008, de 489.320.400 kilogramos, de los cuales el 57,5% eran salchichas. Desde el año 2005 el mercado ha disminuido en torno a 4.000 toneladas, un 1%. Debido a la bajada en el consumo de jamón. Desde 2005 el consumo de los diferentes tipos de jamón, ha disminuido en un 7%. Mientras que el consumo de bácon ha aumentado un 3% y el de salchichas un 1%.

Se percibe cierta desaceleración en el consumo, debido sobre todo a la percepción de alimentos poco naturales, que el consumidor final tiene sobre estos alimentos. En salchichas en los últimos años han aparecido productos más saludables, bajos en sal, o productos más naturales sin colorantes.

**TABLA 14 - PRODUCCIÓN DE CARNES PROCESADAS (JAMÓN, BACÓN, SALCHICHAS) EN JAPÓN.**

Unidad: Miles de Toneladas

	2005	Cuota %	2006	Cuota %	2007	Cuota %	2008	Cuota %	Var. % 2005/2008
Jamón	139,02	28,15%	136,26	27,77%	132,44	27,58%	129,36	26,44%	-6,94%
Bacón	76,29	15,45%	78,24	15,95%	78,91	16,43%	78,45	16,03%	2,83%
Salchicha	278,50	56,40%	276,15	56,28%	268,93	55,99%	281,51	57,53%	1,08%
Total	493,80	100%	490,65	100%	480,28	100%	489,32	100%	-0,91%

Fuente: Japan Ham and Sausage Industry Association 2008.

### Jamón curado: sin deshuesar (0210.11.020) y deshuesado (0210.19.020)

La producción doméstica de jamón curado en Japón es prácticamente nula, debido a que se trata de un producto que requiere ciertas especificaciones tales como el periodo de curación y el clima entre otros. Existe lo que se llama "Jamón de Lachs", que significa salmón en alemán, y quiere decir que tiene la frescura y el color del salmón. Trata de imitar, si cabe al jamón serrano, pero es carne sin apenas curación, debido al clima húmedo de Japón que dificulta tener periodos largos de curación con costes razonables. Se vende en el mercado muy barato, unos 50 gramos 300 yenes.

No cualquier país puede exportar a Japón productos cárnicos debido a las restricciones animales de cuarentena. Aunque los países exportadores se encuentran como países "libre

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

de enfermedades” se requiere una negociación bilateral entre Autoridades de ambos países para llegar a un acuerdo de exportación a Japón. (En caso de España, después de levantamiento de prohibición de exportación, se renegociaron, y llegaron a un acuerdo el día 17 de febrero de 2003). No obstante, la diversificación de la demanda del consumidor ha permitido a productos de carne procesados importados encontrar un lugar definido en el mercado. En estos momentos, todavía sigue vigente el veto a las importaciones de carne de vacuno, del ovino y el caprino desde Europa, debido al mal de las vacas locas o Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB), por lo que la exportación desde Europa se concentra en productos transformados de carne de cerdo.

Hace unos años, las importaciones destinadas al consumo general sólo se encontraban en supermercados especializados en productos importados tales como *Kinokuniya*, pero ahora es bastante común encontrarlos en otros tipos de establecimientos.

Las partidas arancelarias japonesas no distinguen entre tipos de carne porcina más allá de los 6 dígitos del código internacional armonizado, exceptuando si se trata de porcino doméstico o salvaje, por lo que a partir de los datos estadísticos no se puede distinguir entre el jamón ibérico y el serrano importado. Aquí se desglosarán solamente los datos de importación por las partidas arancelarias citadas en el apartado de “Definición del Sector”, es decir, el jamón sin deshuesar (partida 0210.11.020) y el jamón deshuesado (partida 0210.19.020).

**TABLA 15 - PRODUCCIÓN DOMÉSTICA DE TIPOS DE JAMONES.**

Unidad: Toneladas

Productos	2005	2006	2007	2008	Var. 2005/2008
Jamón cocido	80.567,70	80.153,60	78.043,30	77.614,00	-3,81%
Jamón deshuesado	13.027,30	11.583,20	10.870,90	9.237,90	-41,02%
Jamón con hueso	365,20	315,00	303,7	318,00	-14,84%
Jamón en lonchas	6.212,00	5.151,40	5.898,70	5.988,80	-3,73%
Paleta de jamón	3.516,60	3.311,40	3.118,30	2.864,50	-22,76%
Jamón prensado	10.580,20	10.549,60	10.769,40	10.686,00	0,99%
Jamón troceado	18.496,50	18.240,20	17.776,90	17.109,60	-8,11%
Otros jamón	6.249,60	6.958,40	5.962,00	5.545,50	-12,70%
<b>TOTAL</b>	<b>132.765,50</b>	<b>129.304,40</b>	<b>126.477,50</b>	<b>123.818,80</b>	<b>-7,23%</b>

Fuente: Japan Ham and Sausage Industry Association 2008.

Salvo el jamón prensado todos los demás tipos de jamón han sufrido bajadas en la producción nacional desde el año 2005. Destacar la gran bajada en jamón deshuesado (-41%) y paleta de jamón (-22%). Por orden de importancia el producto más importante es el jamón cocido que representa el casi el 62,7% de la producción nacional, seguido del jamón troceado con el 13,82%, y el jamón prensado con el 8,11%.

Los productores japoneses de jamón, en general acortan los tiempos medios de curación, con respecto los europeos, para ahorrar costes. El clima húmedo de Japón imposibilita a la industria competir en jamón fresco con productores como Italia, España o Francia.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

### Jamón sin deshuesar (0210.11.020)

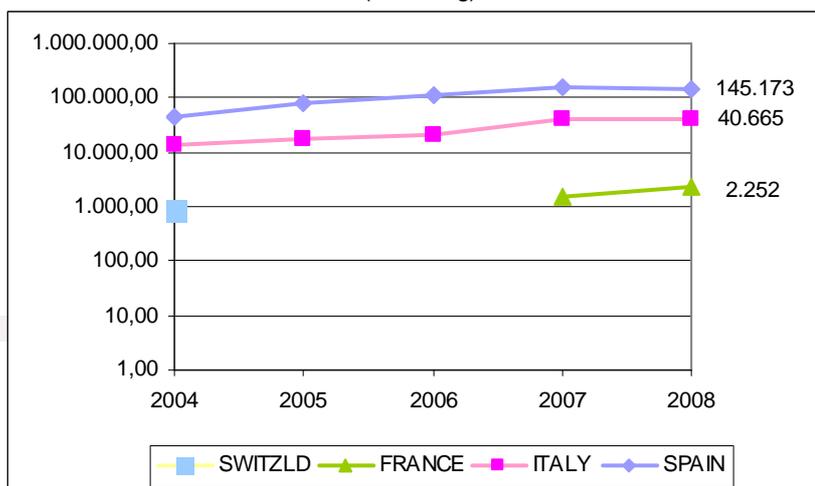
Japón ha levantado gradualmente su prohibición de importar jamón curado producido según métodos tradicionales en Italia y España. Primero llegó el Prosciutto italiano de Parma, que tenía su prohibición de importar levantada en mayo de 1996. Esto fue seguido por una elevación de las prohibiciones de importación de Prosciutto italiano de San Danielle en 1998, del Jamón español Serrano, y del Jamón Ibérico en diciembre de 1999 (entrada a Japón a partir de febrero de 2000). En la actualidad, se puede importar jamón serrano e ibérico matabo después del 6 de noviembre del 2002.

**TABLA 16.- Principales importadores de jamón sin deshuesar (Unidad: Kg / miles de yenes)**

País/Año	2005		2006		2007		2008	
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
España	77.342	195.718	108.994	310.813	153.768	470.681	145.173	408.278
Italia	17.051	29.900	21.601	40.994	40.231	74.952	40.665	70.123
Francia	-	-	-	-	1.492	5.626	2.252	6.727
TOTAL	94.393	225.618	130.595	351.807	195.491	551.259	188.090	485.128

Fuente: Japan Tariff Association

**GRAFICO 8.- Evolución de las importaciones de jamones, paletas y sus piezas sin deshuesar por países (Unds: Kg)**



Fuente: Elaboración propia a través de datos de Japan Tariff Association

Las importaciones del jamón curado sin deshuesar en el mercado japonés aumentan desde el año 2002, en gran medida gracias a la introducción de las importaciones españolas al mercado japonés. Desde el año 2004 hasta el año 2007, las importaciones desde España

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

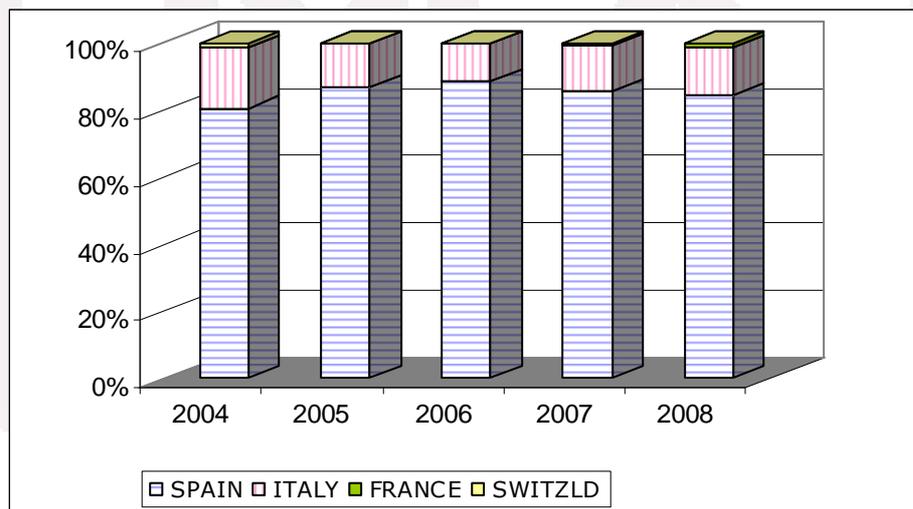
han crecido a ritmos del 50% al año, pasando de 77.350 kg en 2004 al record de 153.000 kg de 2007. Sin embargo, con datos todavía provisionales se aprecia una bajada del 6% en 2008 con respecto 2007. Esta bajada, parece estar motivada por la crisis económica que vive el país, que está provocando un descenso del consumo de las familias japonesas.

En el caso de España, a partir del 2003 se empieza a exportar cada vez más jamón sin deshuesar a Japón, gracias al levantamiento de la prohibición de las importaciones. Debido al largo periodo de curación que tiene el jamón curado. El mayor salto fue entre el año 2005 y 2006, con un incremento del 51% o 45.000 kg.

El mercado del jamón curado sin deshuesar está dominado principalmente por España e Italia, y desde 2007 empiezan a aparecer las primeras importaciones desde Francia, aunque muy pequeñas, tan solo 1.400 kg en 2007 y 2.300 kg, en 2008, aunque supone un crecimiento del 50% anual .

En el gráfico a continuación se puede apreciar cómo España mantiene estable su cuota de mercado durante los últimos 5 años. Liderando el mercado con una media del 82% de cuota de mercado. Quedan atrás los tiempos en que Italia dominaba el mercado, en el año 2002 y 2003 con cuotas del 91% y del 74%. La rápida consolidación del jamón sin deshuesar español se debe sobre todo a la buena imagen que tiene el jamón ibérico español, que es muy apreciado por los consumidores, no solo por el canal Horeca sino por el público en general. En este panorama aparece un nuevo competidor que es Francia, que por dos años consecutivos, desde 2007 empieza a consolidarse en el mercado.

GRAFICO 9.- Evolución de la cuota de mercado del jamón sin deshuesar (kg)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Japan Tariff Association

El lanzamiento de los jamones con hueso españoles en Japón conllevaba un cierto nivel de incertidumbre, ya que se temía la posibilidad de que a los consumidores japoneses les resultase demasiado grotesco ver el jamón con el hueso y la pezuña, pero la reacción por parte de los mismos ha sido bastante positiva desde un primer momento. La figura de jamón con hueso y con pezuña se ha convertido en un símbolo diferenciador de los bares y restaurantes españoles, por lo que es común encontrarlo en estos establecimientos, no así en super-

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

mercados. Aunque en la actualidad, empieza a estar presente en cadenas de alimentación de renombre, en sus establecimientos mejor situados, como el barrio de Ginza, donde un cortador profesional de jamón corta al gusto del cliente.

### Jamón deshuesado (0210.19.020)

En comparación con el jamón sin deshuesar, el jamón deshuesado se importa más en Japón. Esto es debido principalmente a que el jamón lonchado empaquetado es más acorde a los gustos de los consumidores, no sólo porque está presente en casi todas las cadenas de supermercados, sino también porque los japoneses compran en pequeñas cantidades.

En el año 2008, se importaron 1.153 toneladas de jamón deshuesado, frente a las 188 toneladas de jamón sin deshuesar. Las importaciones de jamón deshuesado representan casi el 86% del total de las importaciones de jamón curado, demostrando claramente la preferencia de los consumidores japoneses por el jamón curado envasado. Aunque es un producto más consolidado, y el mercado solo ha crecido un 16% desde 2005, frente a un crecimiento del 99% del jamón sin deshuesar.

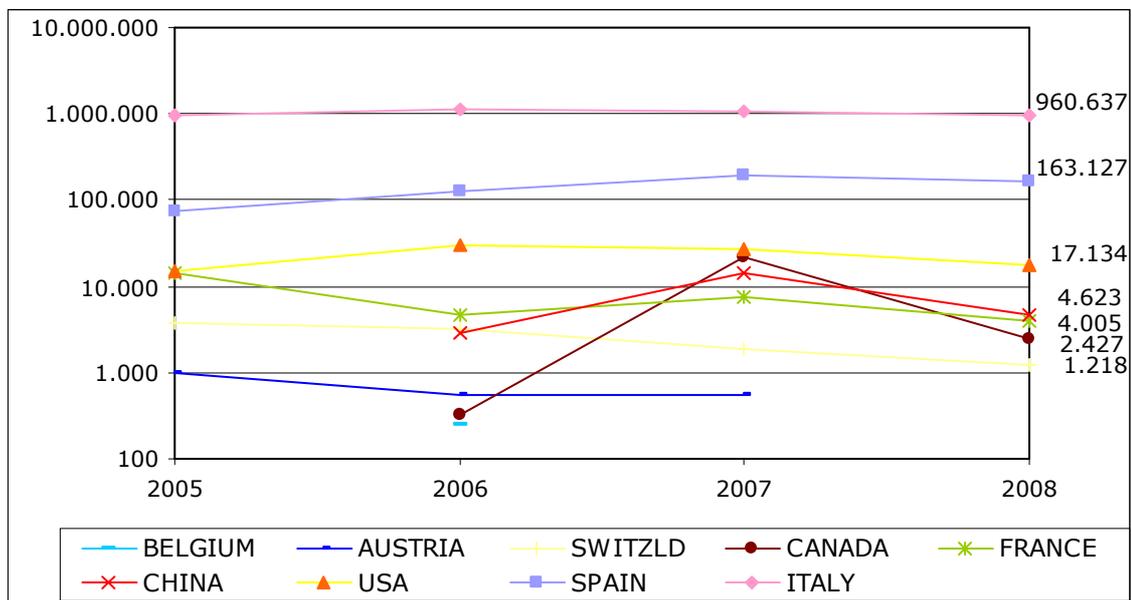
**TABLA 17.- Principales países origen de las importaciones de jamón deshuesado (Und: Kg / Miles de yenes)**

País/Año	2005		2006		2007		2008	
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
ITALIA	965.634	1.916.489	1.134.713	2.261.220	1.067.624	2.397.065	960.637	2.073.114
ESPAÑA	74.313	203.925	124.145	370.586	197.837	546.350	163.127	405.175
USA	15.048	20.898	30.622	44.631	27.284	42.248	17.134	24.447
CHINA	-	-	2.811	4.455	14.217	19.374	4.623	8.488
FRANCIA	-	-	316	723	22.177	49.863	2.427	6.593
CANADA	13.974	23.088	4.647	11.122	7.355	9.965	4.005	6.509
SUIZA	3.811	8.952	3.224	8.023	1.913	4.835	1.218	3.425
AUSTRIA	-	-	247	692	-	-	-	-
BELGICA	1.008	2.829	554	1.575	541	1.472	-	-
DINAMARCA	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>1.073.788</b>	<b>2.176.181</b>	<b>1.301.279</b>	<b>2.703.027</b>	<b>1.338.948</b>	<b>3.071.172</b>	<b>1.153.171</b>	<b>2.527.751</b>

Fuente: Japan Tariff Association

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

GRAFICO 10.- Evolución de las importaciones por país origen (Kg)



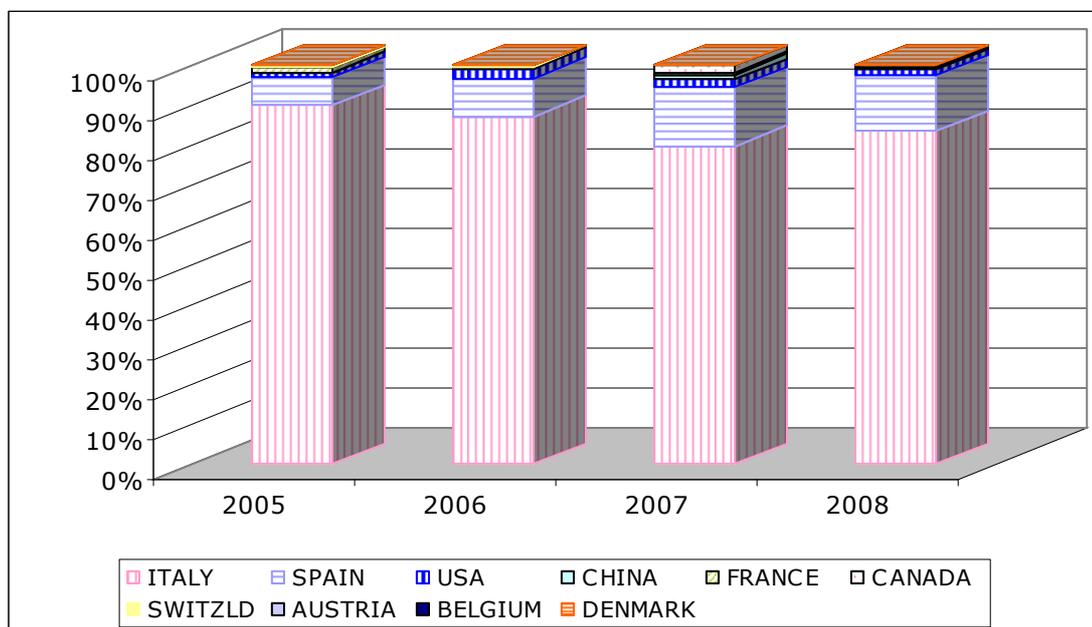
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Japan Tariff Association

Las importaciones de jamón deshuesado han crecido en los últimos 4 años un 16%. Consolidándose Italia como primer país origen de las importaciones, con el 83% de cuota de mercado; y España como segundo país, que ha pasado de cuotas de mercado del 6% en 2005, a cuotas del 14% en 2008.

En el mercado del jamón deshuesado se observan varias tendencias entre el origen de las importaciones. Por una parte la consolidación del primer puesto de Italia, y la estabilización de España como segundo país origen con el 14%. Frente a estos dos países, hay que destacar la disminución paulatina desde EEUU que de llegar a exportar a Japón 45.000 kg en 2004, ha pasado a 17.000 kg; o las disminuciones desde Canadá, Francia y Suiza, que aunque no habían llegado a los niveles de EEUU, si han visto bajar en la misma proporción sus ventas. Destacar las fluctuaciones de China, que bien en el 2007 llegaba a exportar a Japón 14.000 kg con una pauta creciente desde 2005, y sin embargo no consigue consolidarse en el mercado. Por último resaltar la salida del mercado de las importaciones desde Bélgica, Dinamarca y Austria, que en 2002

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

GRAFICO 11.- Evolución de la cuota de mercado del jamón deshuesado (kg)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Japan Tariff Association

En cuanto a la cuota de mercado de las importaciones, se puede afirmar que Italia se confirma como el líder absoluto en el mercado japonés, con una media de 83% durante los últimos años, si bien ha disminuido frente al 90% de 2005. Esto es debido a que el Prosciutto italiano fue el pionero en el mercado japonés, y también gracias a sus campañas de marketing extensivas que realiza el ICE (Istituto nazionale per il Commercio Estero). En la actualidad España es el segundo país origen de las importaciones con un 14%, y desde 2004 mantiene tasas de crecimiento anual sostenidas hasta 2008. En el tercer puesto está EE.UU. con un 1,5%. España ha ido ganando cuota poco a poco desde el levantamiento de las prohibiciones en el año 2003. Se podría afirmar, que tal y como pasa con el jamón sin deshuesar, el mercado siente preferencia por los productos italianos y españoles.

**Bacón, partidas 1602.41.1011, 1602.41.019, 1602.42.011, 1602.42.019, 1602.49.210 y 1602.49.220**

Se percibe cierta desaceleración en el consumo, debido sobre todo a la percepción de alimentos poco naturales, que el consumidor final tiene sobre estos alimentos. En salchichas en los últimos años han aparecido productos más saludables, bajos en sal, o productos más naturales sin colorantes.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

**TABLA 18 – PRODUCCIÓN DOMÉSTICA DE TIPOS DE BACÓN**

Unidad: Toneladas

Productos	2005	2006	2007	2008	Var. 2005/2008	Cuota %
Bacón	66.060,10	68.688,40	69.697,50	68.812,50	4,00%	87,72%
Paleta de bacón	7.988,70	7.383,50	7.123,00	7.699,40	-3,76%	9,81%
Otros bacón	2.238,60	2.168,70	2.088,20	1.934,80	-15,70%	2,47%
<b>TOTAL</b>	<b>76.287,40</b>	<b>78.240,60</b>	<b>78.908,70</b>	<b>78.446,70</b>	<b>2,75%</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Japan Ham and Sausage Industry Association 2008.*

A partir del año 2005, la producción de bacón ha aumentado un 2,75%. Siendo el bacón normal el más producido con el 87,7% de cuota sobre el total, y el único capítulo que ha aumentado producción desde 2005, con un incremento de producción del 4%. En tanto a la paleta de bacón y a otros bacón han disminuido producción en -15,7% y en -3,76% respectivamente. El bacón sigue siendo un producto indispensable en la gastronomía japonesa pues sirve para acompañar al arroz y al ramen (sopa japonesa)

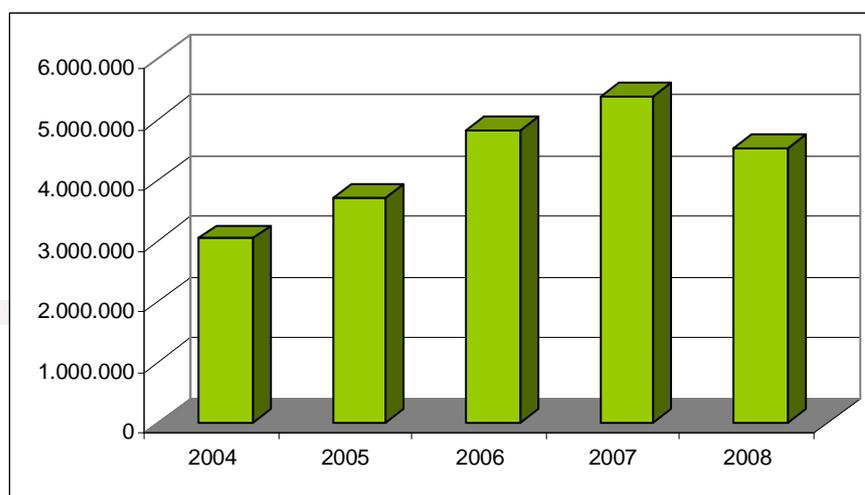
El mercado de importación del bacón ha crecido en 1 millón de toneladas en los últimos cuatro años, pasando de 3.060.000 toneladas a casi 4 millones de toneladas importadas. En valor las importaciones han pasado de 3.000 millones de yenes a 4.500 millones de yenes, es decir un incremento del 33% en valor.

Pero parece que este aumento tan rápido, tiene que consolidarse, y como ha ocurrido con otros productos cárnicos, el consumo ha experimentado un ligero descenso con respecto el año anterior, 2007.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

**GRÁFICO 12. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE BACÓN**

Unidad : volumen: kilogramos



Fuente: Japan Tariff Association, 2008.

**TABLA 19 - PRINCIPALES PAÍSES SUMINISTRADORES DE BACÓN EN VALOR Y CUOTA DE MERCADO**

Valor: miles de yenes

	2004	Cuota mercado 2004	2005	2006	2007	2008	Variación 04/08	Cuota mercado 2008
EEUU	998.818	32,93%	1.674.428	2.000.393	2.591.129	1.998.144	50,01%	44,09%
TAILANDIA	347.007	11,44%	411.449	710.518	745.337	1.032.897	66,40%	22,79%
CHINA	1.030.364	33,97%	929.351	1.188.568	1.246.019	1.086.614	5,18%	23,98%
ITALIA	106.512	3,51%	132.057	157.230	185.778	182.306	41,58%	4,02%
ESPAÑA	39.641	1,31%	110.452	200.299	117.350	79.282	50,00%	1,75%
TAIWAN	447.375	14,75%	398.538	483.300	415.238	75.980	-488,81%	1,68%
AUSTRIA	25.864	0,85%	33.314	35.017	31.138	26.053	0,73%	0,57%
CANADA	8.648	0,29%	2.235	13.749	17.878	23.366	62,99%	0,52%
FRANCIA	0	0,00%	0	16.589	12.356	9.442	100,00%	0,21%
ALEMANIA	7.518	0,25%	6.113	8.498	9.700	6.710	-12,04%	0,15%
DINAMARCA	3.335	0,11%	902	1.913	2.086	0	-	0,00%
SUECIA	0	0,00%	0	3.043	2.273	4.275	100,00%	0,09%
SUIZA	10.209	0,34%	1.713	713	1.320	2.874	-255,22%	0,06%
POLONIA	0	0,00%	0	0	0	2.078	100,00%	0,05%
HOLANDA	0	0,00%	0	0	1.756	1.254	100,00%	0,03%
BRASIL	0	0,00%	0	0	0	646	100,00%	0,01%
MEXICO	6.830	0,23%	10.732	1.407	0	0	-	0,00%
BÉLGICA	0	0,00%	0	1.015	0	0	-	0,00%
AUSTRALIA	1.374	0,05%	0	0	0	0	-	0,00%
(E . U)	182.870	6,03%	282.838	423.604	164.100	311.400	41,27%	6,87%
<b>TOTAL</b>	<b>3.033.495</b>	<b>100,00%</b>	<b>3.711.284</b>	<b>4.822.252</b>	<b>5.379.358</b>	<b>4.531.921</b>	<b>33,06%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Japan Tariff Association, 2008

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

Por países destacan por su crecimiento de dos dígitos EEUU, Tailandia, Italia, España y Canadá, todos ellos con crecimientos por encima del 40%, llegando a ser el crecimiento de Tailandia de un 66%. Estos incrementos han servido para fortalecer su cuota de mercado a EEUU, pasando de un 33% de cuota de mercado al 44%. Tailandia consigue ganar 11 puntos de cuota de mercado, pasando del 11% del 2004 al 22% del 2008. Italia y España, con este crecimiento consiguen mantenerse en 4º y 5º lugar, con una cuota de mercado del 4,02% para Italia, y del 1,75% para España..

En cuanto a las caídas destaca Taiwán, Suiza, Dinamarca y México. Taiwán ha pasado de ser el tercer exportador a Japón al sexto, con un decremento del -488%. Le sigue Suiza, que si en 2004 exportaba 10 millones de yenes ha pasado a exportar 2,8 millones. Destacan también Dinamarca y México, que en 2008 no exportan nada a Japón, y eran suministradores habituales.

**TABLA 20 - EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE BACÓN A JAPÓN**

PARTIDAS	2004				2008			
	CANTIDAD	VALOR	CUOTA %	PRECIO ¥/Kg.	CANTIDAD	VALOR	CUOTA %	PRECIO ¥/Kg.
<b>1602.41.019</b>	4.631	21.310	9,91%	4.602	11.864	70.714	24,37%	5.960
<b>1602.42.019</b>	1.704	8.199	2,54%	4.812	43	282	0,07%	6.558
<b>1602.49.210</b>	-	-	-	-	2.079	1.533	0,44%	737
<b>1602.49.220</b>	2.136	10.132	0,87%	4.743	1.385	6.753	0,20%	4.876
<b>TOTAL</b>	<b>8.471</b>	<b>39.641</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>15.371</b>	<b>79.282</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Fuente: Japan Tariff Association, 2008.

Las exportaciones españolas de bacón, se caracterizan por ser en precio por kilogramo las más caras del sector. Sin duda, alguna es debido a que son productos procedentes de cerdo ibérico, y por el cual el mercado japonés está dispuesto a pagar más. Gracias a esta reseña de calidad, los productos españoles casi han duplicado ventas en 2008 con respecto 2004. Cabe destacar la cuota del 24% que tiene España con la partida arancelaria 1602.41.019.

Viendo los datos de Italia que cuenta con un 4% de cuota de mercado, frente al 1,75% de España, es de esperar que los productos españoles consigan una mejor posición en el mercado.

### ***Productos transformados Salchichas (1601.0)***

La producción nacional de salchichas aumentó en un 1%, sin embargo si se desglosa por tipos de salchichas se puede ver que no todos los productos se comportaron de la misma manera.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

**TABLA 21 – PRODUCCIÓN DOMÉSTICA DE TIPOS DE SALCHICHAS**

Unidad: Toneladas

Productos	2005	2006	2007	2008	Var. 2005/2008	Cuota %
Salchicha vienesa	197.405,30	199.071,20	193.609,10	203.526,30	3,01%	72,30%
Salchicha de Frankfurt	33.059,90	29.426,20	28.441,10	31.354,90	-5,44%	11,14%
Salchicha de Lyon	4.793,30	4.290,40	4.210,00	4.235,00	-13,18%	1,50%
Salchicha de Bolonia	16.276,40	16.448,90	16.392,80	15.994,30	-1,76%	5,68%
Salchicha seca	5.627,80	5.250,10	5.311,00	4.957,80	-13,51%	1,76%
Salchicha semi seca	877,60	820,50	650,00	679,90	-29,08%	0,24%
Salchichas sin sal	11.522,00	12.166,90	11.380,10	11.812,90	2,46%	4,20%
Otras salchichas	8.935,10	8.677,30	8.936,20	8.948,30	0,15%	3,18%
<b>TOTAL</b>	<b>278.497,40</b>	<b>276.151,50</b>	<b>268.930,30</b>	<b>281.509,40</b>	<b>1,07%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Japan Ham and Sausage Industry Association 2008.

Mientras que la producción de salchicha tipo vienesa, que representa en 2008 el 72% de la producción de salchichas, creció un 3%, la producción de otros 5 tipos de salchicha que representan el 20% de las salchichas producidas, decrecieron. Destacar la caída de un -5% de salchicha de Frankfurt, el segundo tipo más producido con una cuota del 11,14%; y el -2% de bajada de la producción de la salchicha de Bolonia, el tercer tipo más producido, con una cuota del 5,7%. Sin embargo el descenso en porcentaje de la producción de la salchicha semi seca fue el más grande, con un descenso de casi un -30%.

La producción de salchichas está estable en torno a las 280.000 toneladas, desde el año 2003. Lejos de la producción de 296.000 Toneladas de 2001.

**TABLA 22 - PRINCIPALES PAÍSES SUMINISTRADORES DE SALCHICHAS**

Unidad: Volumen: Toneladas. Valor: millones de yenes

Pos. 2004	País	Cantidad	Valor	Cuota de mercado	Pos. 2008	País	Cantidad	Valor	Cuota de mercado	Incremento Cantidad	Incremento Precio	Pos. 2004
1	CHINA	15.054	5.678	47,02%	1	CHINA	20.775	9.287	53,09%	27,54%	38,86%	1
2	EEUU	5.037	2.420	20,04%	2	EEUU	7.786	3.604	20,60%	35,31%	32,84%	2
3	CANADÁ	3.904	1.514	12,53%	3	TAILANDIA	2.783	1.337	7,64%	91,53%	90,93%	8
4	AUSTRALIA	1.640	747	6,18%	4	DINAMARCA	1.638	791	4,52%	-5,08%	16,49%	5
5	DINAMARCA	1.721	661	5,47%	5	ITALIA	299	444	2,54%	4,70%	6,49%	6
6	ITALIA	285	415	3,43%	6	BRASIL	1.173	423	2,42%	93,11%	96,03%	13
7	TAIWAN	664	297	2,45%	7	NUEVA ZELANDA	368	413	2,36%	97,94%	95,01%	12
8	TAILANDIA	236	121	1,00%	8	CANADÁ	536	300	1,72%	-627,84%	-404,62%	3
9	ALEMANIA	161	118	0,98%	9	TAIWAN	575	290	1,66%	-13,51%	-2,18%	7
10	ESPAÑA	15	33	0,27%	10	ALEMANIA	203	186	1,06%	20,79%	36,17%	9
	(E . U)	2.201	1.252	10,36%	11	ESPAÑA	75	147	0,84%	79,85%	77,80%	10
	<b>TOTAL</b>	<b>28.829</b>	<b>12.074</b>	<b>100,00%</b>		<b>(E . U)</b>	<b>2.380</b>	<b>1.662</b>	<b>9,50%</b>	<b>7,51%</b>	<b>24,66%</b>	
						<b>TOTAL</b>	<b>36.810</b>	<b>17.492</b>	<b>100,00%</b>	<b>21,68%</b>	<b>30,97%</b>	

Fuente: Japan Ham and Sausage Industry Association 2008.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

La importación de salchichas ha crecido en estos últimos 4 años un 21%, o unas 8.000 toneladas. Este incremento ha llevado consigo un cambio entre los principales países suministradores de Japón. Reforzándose el peso de los países que componen la ASEAN (Asociación de Países del Sudeste Asiático).

China consolida su hegemonía en el mercado de salchichas japonés. Para hacernos una idea en el año 1999, tan solo exportaba 1.200 Toneladas, hoy más de 20.000. Esto es debido a que fabricantes japoneses han montado fábricas de carne procesada en China continental, reduciendo así sus costes. Estados Unidos ha sido el gran perdedor, pasando de tener cuotas de mercado del 59%, en los años 90 con cifras de 11.500 Toneladas vendidas en 1999, a las 7.800 Toneladas vendidas en 2008, y una cuota de mercado de un 20%.

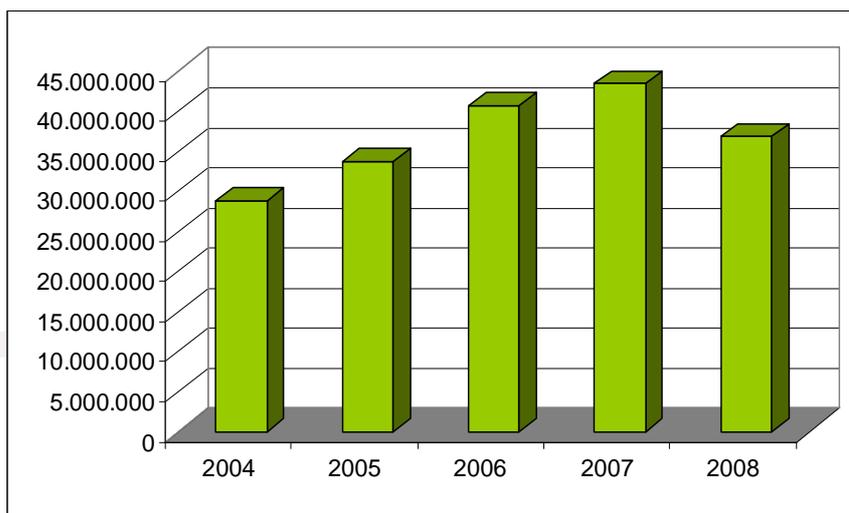
Tailandia, es otro de los grandes beneficiados en estos últimos 5 años, pasando de 200 Toneladas exportadas, a casi 2.800 Toneladas, debido al acuerdo de libre comercio que mantienen ambos países desde 2007, habiendo crecido sus exportaciones a Japón en un 90% desde el año 2004. Brasil y Nueva Zelanda, son junto con Tailandia los grandes beneficiados en estos últimos 5 años, con incrementos en sus exportaciones de más del 90%

Si hay que hablar de perdedores, este caso sería el caso de Canadá, uqe ve reducidas sus exportaciones en más de un 600% en peso, pasando de vender, 3.900 Toneladas en 2004, a poco más de 500 Toneladas en 2008.

España, en este tiempo ha pasado de ser el 10º suministrador a Japón a ser el 11º. Pero hay que destacar que sus exportaciones han crecido más de un 75% en 5 años, y que junto Italia son los únicos con precios por kilogramos mayores a la media.

### GRÁFICO 13. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE SALCHICHAS

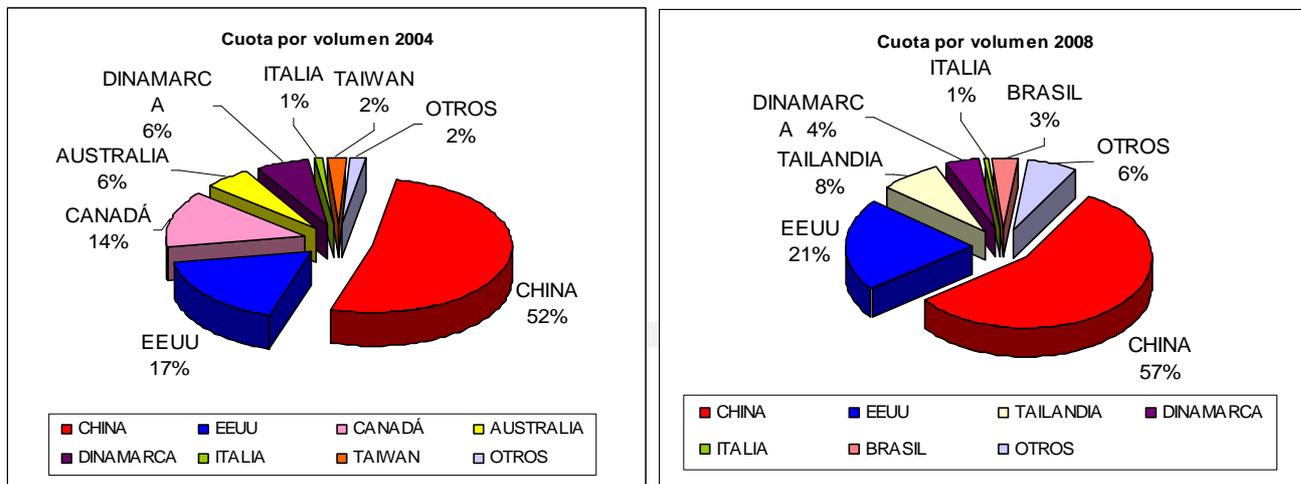
Unidad : volumen: kilogramos



Fuente: Japan Tariff Association, 2008.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

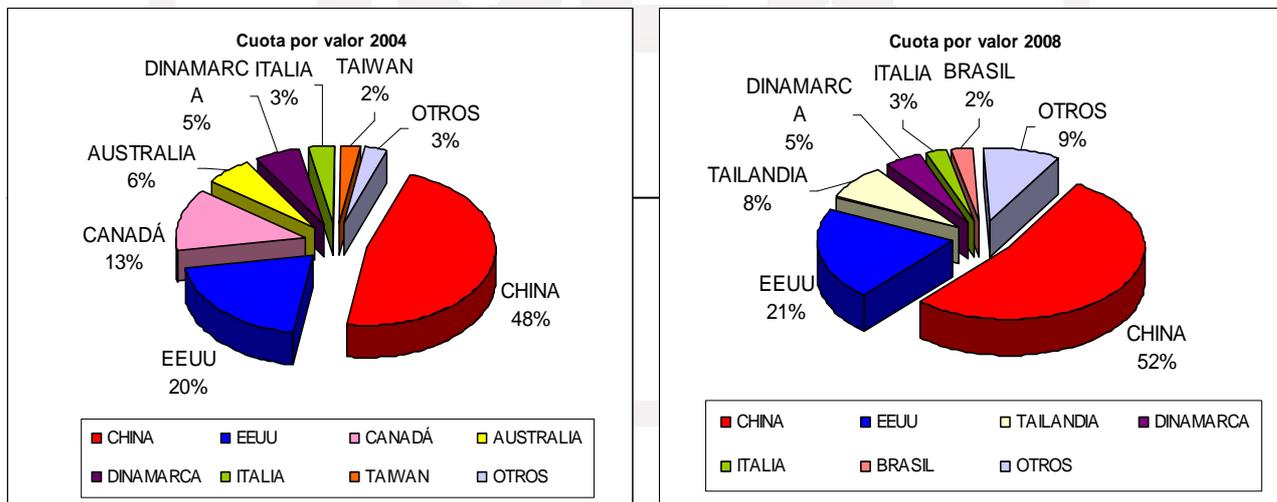
**GRÁFICO 14. CUOTA DE MERCADO POR PAÍSES DE LAS IMPORTACIONES DE SALCHICHAS EN VOLUMEN**



Fuente: Japan Tariff Association, 2008.

Por cuota de volumen se aprecia que países emergentes como China, Brasil y Tailandia están ganando rápidamente cuota de mercado. En contraste con los exportadores tradicionales hasta la fecha, como EEUU, Australia, Dinamarca o Canadá. Singular es el caso de Italia que se mantiene con su cuota de mercado invariable por más de 5 años.

**GRÁFICO 15. CUOTA DE MERCADO POR PAÍSES DE LAS IMPORTACIONES DE SALCHICHAS EN PRECIO**



Fuente: Japan Tariff Association, 2008.

Como podemos ver en las gráficas de cuota de mercado por valor, Taiwán, Australia y Canadá desaparecen de los primeros puestos en los últimos 5 años. Aparece con fuerza Tailandia en 5 años ha pasado de menos de un 1% a tener el 8% de cuota de mercado. Brasil que en 2008 contaba con un 2% de cuota, mientras que en 2004 tenía menos de un 1%. EL único país sin variación es Italia, que con un 3% de cuota de mercado se mantiene estable desde el 2004.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

**TABLA 23 – PRECIO MEDIO DE IMPORTACIÓN DE SALCHICHAS POR PAÍSES**

Valor: miles de yenes

2008			2004		
País	Precio Medio	Diferencia con Precio Medio	País	Precio Medio	Diferencia con Precio Medio
CHINA	0,447	-0,028	CHINA	0,377	-0,042
EEUU	0,463	-0,012	EEUU	0,481	0,062
TAILANDIA	0,480	0,005	CANADÁ	0,388	-0,031
DINAMARCA	0,483	0,008	AUSTRALIA	0,456	0,037
ITALIA	1,485	1,010	DINAMARCA	0,384	-0,035
BRASIL	0,360	-0,115	ITALIA	1,457	1,038
NUEVA ZELANDA	1,123	0,648	TAIWAN	0,447	0,028
CANADÁ	0,559	0,084	TAILANDIA	0,514	0,095
TAIWAN	0,505	0,030	ALEMANIA	0,737	0,318
ALEMANIA	0,914	0,439	ESPAÑA	2,154	1,735
ESPAÑA	1,955	1,480	(E . U)	0,569	0,150
(E . U)	0,698	0,223	TOTAL	0,419	0,000
TOTAL	0,475	0,000			

Fuente: Japan Tariff Association, 2008.

Italia y España, son los suministradores de salchichas con precios por kilogramo más elevados. España que en 2008 superaba en 1.480 yenes el precio medio de entrada, es el suministrador con precios más elevados. Esto es debido, al aprecio que tienen en el mercado japonés los productos procedentes de jamón Ibérico. Italia va a la zaga con precios medios superiores en 1.010 yenes el precio medio, también por sus especialidades procedentes de jamón de Parma. Alemania es el tercer país con precios superiores a la media, sus productos superan el precio medio en 318 yenes, gracias a la gran tradición salchichera, que hace de sus marcas y productos un referente en este segmento.

De los suministradores no tradicionales destaca Nueva Zelanda con precios superiores a la media en 648 yenes.

Con precios por debajo de la media destaca China, EEUU y Brasil, es decir, los grandes suministradores de este producto. Tailandia, el país que más cuota de mercado ha ganado, lo ha hecho con precios de importación menores a los que presentaba en 2004, y tan solo 5 yenes por encima del precio medio.

### **2. ANÁLISIS CUALITATIVO**

#### **2.1. Producción**

La producción japonesa de carne de porcino se encuentra sumida en el proceso de lenta reestructuración al que se ha visto forzado el sector ante la presión de las importaciones y la baja rentabilidad de las granjas y su producción.

El número total de cerdos criados en Japón se ha visto reducido principalmente por el bajo precio de su carne y los altos costes que implican su mantenimiento, incluyendo la restrictiva legislación que regula el tratamiento de los residuos ganaderos. De esta forma las grandes granjas han buscado asegurar sus beneficios aumentando el número de cerdos criados, aprovechando la debilidad de las producciones más pequeñas que finalmente se están viendo forzadas a detener su producción. Esta tendencia se espera que continúe a largo plazo, y todos los expertos señalan que el futuro de la producción porcina japonesa estará casi exclusivamente en manos de las grandes granjas familiares y las empresas explotadoras con más de 2.000 cabezas de ganado.

En todo caso, por las cuestiones mencionadas anteriormente (bajos precios de la carne y presión de las importaciones) esta voluntad de los grandes criadores de aumentar su productividad se está viendo frenada durante los últimos años. Prueba de ello es que cuando todo parecía indicar que el mercado japonés estaba alcanzando su techo, el resurgimiento de la demanda de porcino como sustitutivo del bovino ha sido cubierta casi en su totalidad por las importaciones, mientras que la producción nacional no ha conseguido aprovecharse de esta circunstancia.

En este sentido otro de los grandes problemas a los que se enfrenta la producción porcina japonesa es a la legislación medioambiental vigente. En Japón, el tratamiento de los residuos ganaderos resulta especialmente complicado en lo que concierne al tratamiento de las aguas residuales, los malos olores y la multiplicación de insectos, especialmente moscas. Así, cuanto mayor es una producción, mayor número de quejas recibe, especialmente en lo relativo a los malos olores y la contaminación de las aguas.

De acuerdo con la “Ley de tratamiento apropiado y promoción de la utilización de estiércol ganadero” el gobierno intentó implementar a finales de la década de los noventa un programa para solucionar a largo plazo los problemas medioambientales ocasionados por la orina de los cerdos o los malos olores del estiércol. Las reticencias de los productores porcinos son aun muchas, pero la única posibilidad que les queda a las granjas que no pueden cumplir con los plazos estipulados por la ley es el cierre.

#### **2.2. Obstáculos comerciales**

##### **2.2.1 Regímenes comerciales y fiscales**

Las tarifas arancelarias aplicadas a los productos cárnicos iniciaron una tendencia a la baja a partir del 1 de abril de 1995 de acuerdo con los términos del acuerdo alcanzado durante las negociaciones con la OMC en la Ronda de Uruguay.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

Los aranceles a las importaciones para la carne de porcino se aplican de acuerdo con el criterio que el gobierno japonés considera más adecuado para la protección de la producción nacional de porcino, en función de su calidad y la competencia directa en precios que las carnes más asequibles procedentes de países en vías de desarrollo realizan.

Los tipos arancelarios varían así dependiendo del código HS de cada producto y se deciden mediante un sistema definido en la “*Law for Stabilization of Livestock Products*”. De acuerdo con esta ley, antes del comienzo de cada año fiscal (finales de marzo), se establecen los precios límite (*gate price* y *upper limit price*), que por kilogramo de carne, definirán los aranceles de cada partida conforme a las tendencias observadas en el mercado interior y que regirán sobre el precio de las importaciones en el siguiente año.

Además todas las partidas de porcino, con excepción de las correspondientes a las especies salvajes, están regidas por las provisiones legales dispuestas en el artículo 7-6 (referentes a aranceles de emergencia) de la “*Temporary Tariff Measures Law*”. Mediante esta ley el gobierno japonés se asegura un estrecho control sobre las importaciones de porcino, dejando la puerta abierta a subidas de las tarifas arancelarias en situaciones consideradas de emergencia.

De toda la legislación que rige la fiscalidad de las importaciones de carne de porcino, la “*Temporary Tariff Measures Law*”, es quizás la más complicada, al utilizar en su aplicación criterios más abiertos al cambio ante situaciones de emergencia, en que se introducen aranceles extraordinarios. En este sentido cabe señalar principalmente que esta ley responde así a la necesidad de crear salvaguardas para la protección de la producción nacional de porcino frente a las importaciones cárnicas más baratas y de mejor calidad.

De acuerdo con lo pactado en la Ronda de Uruguay, un tipo arancelario máximo del 4,3% se estableció para la carne de porcino, siempre que esta tuviera un precio de importación superior a los 409,90 yenes / Kg. (para el porcino en canal) y 546,53 yenes / Kg. (para el resto de cortes). Sin embargo Japón se reservó el derecho de incrementar estos precios límite por kilogramo (*gate price*) ante determinadas circunstancias de emergencia, definidas como aumentos rápidos del volumen de las importaciones.

Así las salvaguardas definidas en la ley se disparan automáticamente cuando el volumen de las importaciones de una sola partida de porcino supera, durante tres meses consecutivos, la media de las importaciones durante el mismo periodo de los tres años anteriores en más de un 19%. En ese momento los precios límite por kilogramo que definen las diferentes partidas ascienden a un nuevo valor, con lo que aquellos productos importados cuyo valor por kilogramo resulta inferior, ven como su carga arancelaria asciende automáticamente, hasta su revisión a finales del año fiscal.

Así por ejemplo, en agosto del año 2003, las medidas de salvaguardia se activaron provocando un aumento del *gate price* que se situó en los 681,08 yenes / Kg., para los cortes de porcino, hasta finales de marzo del 2004 en que volvió a reducirse a los 546,53 yenes acordados en el seno de la OMC.

A continuación se recoge el listado actualizado de los aranceles que afectan a la carne de porcino. Resulta conveniente que antes de iniciar la exportación se obtenga la información arancelaria más reciente, ya que esta se ve revisada con frecuencia.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

TABLA 24.- RÉGIMEN ARANCELARIO PARA LA CARNE DE PORCINO:

Partida	Descripción	General	WTO	Unidad
<b>0203.11</b>	<b>En canales o medios canales, fresca o refrigerada.</b>			
-010	De cerdo salvaje (jabalí)	Libre	Libre	Kg.
-020	Each kilogram in value for customs duty, not more than the upper limit prices for the specific duty applied on pig carcass, where the upper limit prices shall be obtained by subtracting Prices B from Prices A, the same definition shall be applied in this heading. <sup>1</sup>	5%	3,61 yen/kg	Kg.
-030	Each kilogram in value for customs duty, more than the upper limit prices for the specific duty applied on pig carcass, but no more than the gate price of pig carcass, where the gate price shall be obtained by dividing Prices A by rates B plus 1, the same definition shall be applied in this heading. <sup>2</sup>	5%	3,61 yen/kg	Kg.
-040	Each kilogram more than the gate price of pig carcass, in value for customs duty.	5%	4,3%	Kg.
<b>0203.12</b>	<b>Piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, fresca o refrigerada.</b>			
-010	De cerdo salvaje (jabalí)	Libre	Libre	Kg.
-023	Each kilogram, in value for customs duty, not more than the upper limit prices for the specific duty applied on partial pig, where the upper limit prices shall be obtained by subtracting Prices B from Prices A, the same definition shall be applied in this heading. <sup>1</sup>	5%	482 yen/kg	Kg.
-021	Each kilogram, in value for customs duty, more than the upper limit prices for the specific duty applied on partial pig, but no more than the gate price of partial pig, where the gate price shall be obtained by dividing Prices A by rates B plus 1, the same definition shall be applied in this heading. <sup>2</sup>	5%	482 yen/kg	Kg.
-022	Each kilogram, more than the gate price of partial pig, in value for customs duty.	5%	4,3%	Kg.
<b>0203.19</b>	<b>Las demás, fresca o refrigerada.</b>			
-010	De cerdo salvaje (jabalí)	Libre	Libre	Kg.
-023	Each kilogram, not more than the upper limit prices for the specific duty applied on partial pig, in value for customs duty.	5%	482 yen/kg	Kg.
-021	Each kilogram, more than the upper limit prices for the specific duty applied on partial pig, but no more than the gate price of partial pig, in value for customs duty.	5%	482 yen/kg	Kg.
-022	Each kilogram, more than the gate price of partial pig, in value for customs duty.	5%	4,3%	Kg.
<b>0203.21</b>	<b>En canales o medios canales, congelada.</b>			
-010	De cerdo salvaje (jabalí)	Libre	Libre	Kg.
-020	Each kilogram, in value for customs duty, not more than the upper limit prices for the specific duty applied on pig carcass, in value for customs duty.	5%	3,61 yen/kg	Kg.
-030	Each kilogram, in value for customs duty, more than the upper limit prices for the specific duty applied on pig carcass, but no more than the gate prices on pig carcass in value for customs duty.	5%	3,61 yen/kg	Kg.
-040	Each kilogram, more than the gate price of pig carcass, in value for customs duty.	5%	4,3%	Kg.
<b>0203.22</b>	<b>Piernas, paletas y sus trozos sin deshuesar congelada.</b>			
-010	De cerdo salvaje (jabalí)	Libre	Libre	Kg.
-023	Each kilogram, not more than the upper limit prices for the specific duty applied on partial pig, in value for customs duty.	5%	482 yen/kg	Kg.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

-021	Each kilogram, more than the upper limit prices for the specific duty applied on partial pig, but no more than the gate price of partial pig, in value for customs duty.	5%	482 yen/kg	Kg.
-022	Each kilogram, more than the gate price of partial pig, in value for customs duty.	5%	4,3%	Kg.
<b>0203.29</b>	<b>Las demás, congelada.</b>			
-010	De cerdo salvaje (jabalí)	Libre	Libre	Kg.
-023	Each kilogram, not more than the upper limit prices for the specific duty applied on partial pig, in value for customs duty.	5%	482 yen/kg	Kg.
-021	Each kilogram, more than the upper limit prices for the specific duty applied on partial pig, but no more than the gate price of partial pig, in value for customs duty.	5%	482 yen/kg	Kg.
-022	Each kilogram, more than the gate price of partial pig, in value for customs duty.	5%	4,3%	Kg.
HS Code	DESCRIPCIÓN	GENERA L	WTO	UNIDA D
<b>0210.11.020</b>	Each kilogram of hams and shoulders and cuts thereof, with bone in more than the gate prices of processed meat of swine, in value for customs duty	10%	8,5 %	Kg.
<b>0210.19.020</b>	Each kilogram of hams and shoulders and cuts thereof, without bone more than the gate prices of processed meat of swine, in value for customs duty	10%	8,5 %	Kg.
<b>1601.00.000</b>	Sausages and similar products of meat, meat offal or blood; food preparations based on these products	10 %	10,0 %	Kg.
<b>1602.41.019</b>	Each kilogram of ham or bacon, excluding those sterilized; pressed or formed ham consisting of meat or meat offal of swine and binding materials; other prepared or preserved products consisting solely of meat or meat offal of swine, a piece of which weights not less than 10g. whether or not containing seasonings, spices or similar ingredients more than the gate prices of processed meat of swine, in value for customs duty		8,5 %	Kg.

<sup>1</sup>Price A: standard import prices for pork meat specified by the sub-paragraph 1 of paragraph 2 of the Annex 1-3-2 to the Temporary Customs Tariff Measures corresponding to the period of importation provided by the Annex

Price B: The prices corresponding to the period of importation provided by the Annex 1-3 to the Law.

<sup>2</sup>Rates B: The rates specified according to the each divisions of each import terms provided in the Annex 1-3-2

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

### 2.2.2 Factores Legales

#### Ley sobre el Control de Enfermedades Infecciosas de Animales Domésticos (*Domestic Animal Infectious Diseases Control Law*)

La carne de la especie porcina está sometida esta Ley vigente en Japón, para la prevención del contagio de enfermedades infecciosas como la peste porcina clásica (PPC) o la fiebre aftosa, y la protección de la industria ganadera japonesa. En su aplicación se llevan a cabo inspecciones y análisis de manera íntegra, resultando extremadamente estricta la actitud de los funcionarios encargados de su cumplimiento.

De acuerdo con esta Ley, el primer requisito que debe cumplirse para la importación de porcino a Japón debe ser la clasificación del país exportador como “país libre de enfermedades animales”. Este estatus se alcanza mediante la firma de un protocolo bilateral con las autoridades niponas, por el cual se acuerdan las bases de la exportación de porcino y los certificados sanitarios que han de acompañar a esta.<sup>6</sup>

Una vez asegurado que el producto de porcino proviene de un país libre de enfermedades, el importador debe enviar al “*Animal Quarantine Service*” del puerto de entrada de la mercancía, una solicitud de inspección de cuarentena por dicha mercancía y junto con ella, adjuntar un Certificado de Inspección emitido por las autoridades sanitarias del país de origen.

Una vez que el producto se somete a la inspección, queda en manos de las autoridades japonesas definir si el producto cumple o no con la ley de control de las enfermedades infecciosas de los animales domésticos. En caso afirmativo, estas emiten un certificado de cuarentena de la importación, con lo que la mercancía pasaría en ese momento a someterse a las inspecciones recogidas en la Ley de Sanidad Alimenticia (*Food Sanitation Law*)

Por el contrario, si el producto porcino no supera la inspección de importación, las autoridades proceden a emitir una orden de destrucción, enterramiento o devolución de la mercancía al emisor de la misma, dependiendo siempre de la naturaleza del producto y el grado de violación de la ley.

Esta tramitación de los permisos de importación puede así mismo agilizarse mediante la utilización del “*Animal Quarantine Inspection Procedure Automated System*” (ANIPAS) y la solicitud simultánea de las inspecciones correspondientes a la *Food Sanitation Law*.

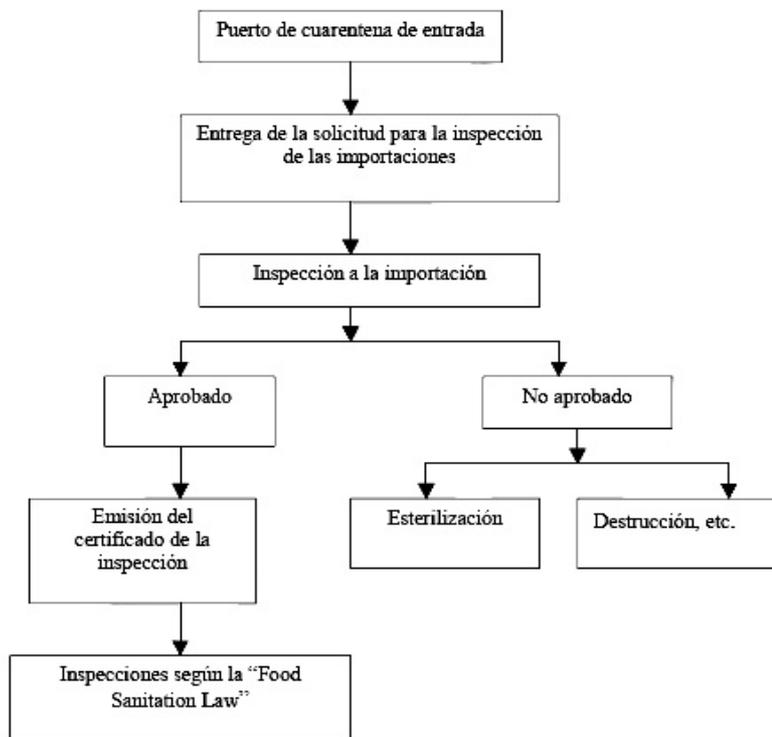
El esquema de las gestiones para la tramitación de las importaciones de carne de porcino según se encuentra diseñado en la Domestic Animal Infectious Diseases Control Law es el siguiente:

---

<sup>6</sup> Para mayor información sobre los países que pueden exportar carne a Japón, se recomienda consultar la página siguiente: <http://www.maff-aqs.go.jp/english>

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---



Fuente: JETRO

Por lo que respecta al caso español, la prohibición a las importaciones de productos de porcino se levantó en febrero del año 2003, después de meses de negociaciones entre las autoridades de ambos países. En cualquier caso, esta queda pendiente de la aparición de un nuevo brote de peste porcina clásica u otra enfermedad animal, que supondría de nuevo el cese de las importaciones y nuevas negociaciones para la reapertura del mercado.

Actualmente la vigencia del “Protocolo para la exportación de productos cárnicos porcinos a Japón” firmado en diciembre de 1999 y también conocido en su traducción oficial al inglés como “*Animal Health Requirements*”, permite la tramitación de las importaciones incluyendo, el acuerdo respecto al formato del certificado de inspección animal emitido por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España que debe acompañar a la mercancía.

### Ley de Sanidad Alimenticia (*Food Sanitation Law*)

De acuerdo con esta Ley, se requiere una notificación a la importación para los productos de carne procesados que son importados con el fin de venta o para otros propósitos comerciales.

En este caso los importadores deben solicitar una “Notification Form for Importation of Foods” que habrán de entregar correctamente rellena en la estación de cuarentena del puerto de entrada de la mercancía. Una vez realizada esta gestión y en base al examen que los

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

funcionarios realicen de dicho documento, se toma una decisión acerca de la conveniencia o no de realizar una inspección de la mercancía in-situ.

El objetivo de estas inspecciones consiste principalmente en determinar la composición de los diferentes tipos de carne y sus métodos de conservación, de acuerdo con los estrictos estándares de control definidos en esta ley.

En este sentido, y con el fin de agilizar los trámites de acceso en el puerto de entrada de la mercancía, es posible sustituir la inspección en la estación de cuarentena mediante la presentación de muestras de la carne a importar en los laboratorios oficiales reconocidos por el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar en Japón o en terceros países.

Se han dado últimamente casos de "Listeria monocytogenes" en envíos de embutido a Japón, sobre todo en partidas de embutidos envasados. Señalar que en Japón la tolerancia para este patógeno es "cero". Si se detecta en la aduana, el producto es rechazado (bien destruido o repatriado).

Las empresas españolas cuyos productos han dado positivo en el examen de listeria pasan a una lista de incidencias que elabora el propio Ministerio de Sanidad japonés. Mientras la empresa esté en dicha lista, todos los lotes de sus productos serán sometidos a inspecciones sanitarias.

Para ser eliminado de la lista de incidencias, será necesario que las autoridades sanitarias españolas investiguen las causas de contaminación de listeria, y presenten al MHLW japonés un informe con los resultados de dicha investigación, así como una explicación de las medidas que se tomarán en el futuro.

El MHLW lleva implantando un plan de monitoreo microbiológico para otros microorganismos tales como: E. Coli, Staphylococcus Aureus, Salmonella y Clostridium. Se adjunta el texto técnico detallado de la legislación de productos cárnicos (en inglés) relativo a estos microorganismos.

<http://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations/pdf/food-e.pdf>

### Legislación MRLs (Límite máximo de residuos):

Modificación de la ley sanitaria relativa a los límites máximos de residuos de plaguicidas en los alimentos (MRLs) que entró en vigor el 29 de mayo de 2006. Esta disposición legal desarrolla la modificación de la ley de Sanidad Alimenticia Nº 55/ 2003, que simultáneamente aprobó la nueva reglamentación sanitaria específica para el control de los límites máximos de residuos de productos químicos (plaguicidas, pesticidas, aditivos, sustancias para tratamientos veterinarios, piensos) en los alimentos, es decir, la denominada "lista positiva".

Hasta el momento, la lista positiva de residuos químicos tenía un alcance de control para 283 sustancias químicas. Con esta nueva legislación, la lista positiva sufrirá un incremento considerable, incluyendo un total de 799 sustancias químicas.

La legislación así como las listas positivas están disposición en el siguiente vínculo de Internet:

<http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/index.html>

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

### Recomendaciones al exportador:

A partir del 17 de febrero de 2003, se reanudó la exportación de productos cárnicos de PORCINO. Se ruega leer detenidamente el contenido del [primer protocolo](#) junto con esta nota, antes de iniciar la exportación.

Existe una serie de requisitos que los exportadores deberán tener en consideración en el momento de la exportación:

### 1. HOMOLOGACIÓN

La empresa que desee exportar jamones, otros embutidos, carne fresca, etc. a Japón, tiene que estar homologada por el Ministro de Sanidad y Política Social español (1), y por el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino español, para que pueda figurar en la lista de establecimientos reconocidos por el Ministerio de Agricultura japonés. La homologación se debe realizar no solamente a las empresas de industrias cárnicas, sino también otros establecimientos (matadero, sala de despiece, almacén frigorífico y centro de reenvasado).

### 2. DOCUMENTACIÓN

Para la exportación, se necesitan los siguientes documentos:

- Monografía (flow chart), solamente para el primer envío, en inglés o japonés.
- Certificado de análisis de aditivos emitido por un laboratorio oficial de España reconocido por el Gobierno japonés. (2)
- Certificado de sanidad animal.
- Factura, packing list

### 3. CERTIFICADO DE SANIDAD ANIMAL (Mº DE MEDIO AMBIENTE, MEDIO RURAL Y MARINO) (3)

La mercancía deberá venir acompañada del certificado de sanidad animal acordado por ambas administraciones (España y Japón). Dicho certificado deberá estar bien cumplimentado. Si se emplean carnes importadas de otros países, éstas deberán proceder del denominado grupo cero (países autorizados por Japón); en este caso dicho certificado deberá ir acompañado de la copia del certificado de sanidad animal del país de origen.

El modelo del certificado sanitario está publicado en nuestra página web (<http://japon.oficinascomerciales.es>).

Igualmente, habrá que tener cuenta los siguientes puntos:

- Se deberá consignar todos los datos de la razón social y dirección completa 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.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

- Se deberá expresar de forma clara la cantidad exacta de productos contenidos en las cajas. En caso de que el volumen de la mercancía sea mayor al declarado, éste será destruido.
- La descripción técnica de la mercancía deberá ser expresada con claridad. (por ejemplo: correcta identificación del origen de las tripas). Su incorrecta descripción será motivo de rechazo o retraso en las gestiones de aduana.

### 4. MONOGRAFÍA

En virtud de la ley japonesa, se ha establecido un reglamento para elaborar productos cárnicos, por tanto los productos que se distribuyen en Japón tienen que cumplir esa ley. Es de gran importancia el conocimiento detallado de esa ley. Sobre todo, hay que fijarse especialmente en el uso de aditivos (por ejemplo nitrato sódico/ potasio), la actividad del agua, la temperatura durante la curación del jamón y los días mínimos de duración.

### 5. ENVASE

El envase del producto también se encuentra sujeto a la legislación sanitaria japonesa, tal y como queda expresado en el siguiente párrafo "shall be sealed in clean and sanitary containers, packed in casings, or wrapped in clean and sanitary plastic film, plastic-processed paper, sulphuric acid paper, or paraffin paper for transportations". Se recomienda, por experiencia, utilizar una protección exterior consistente, para evitar roturas durante el transporte.

El inspector del Medio Ambiente, Medio Rural y Marino español deberá sellar cada caja como medida de seguridad sanitaria.

### 6. EXPORTACIÓN DE JAMONES LONCHADOS EN PEQUEÑOS ENVASES

Se puede usar el certificado actual en caso de exportación de jamones lonchados en pequeños envases, siempre y cuando se detalle el certificado. En caso de que exporten conjuntamente jamones en piezas grandes y jamones lonchados, se deberá detallar el número total de envases en ambos.

### 7. TRANSPORTE

En el Protocolo solamente se habla del precinto del contenedor (suponiendo que el contenedor esté completo de los productos cárnicos). Sin embargo, según los importadores japoneses, es muy difícil llenar un contenedor (tanto marítimo como aéreo) con piezas de jamones. De momento la mayoría de los jamones están llegando por vía aérea mezclados con otras mercancías. En ese caso, la caja de cartón se precinta con una cinta. No obstante, este tipo de envase no está acordado en el protocolo, por el momento no nos están poniendo problemas al mismo, salvo en caso de que el avión haga escala en un país clasificado por Japón como no libre de enfermedades (la mayoría de los países asiáticos, Liechtenstein y Suiza).

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

### 8. OFICINA DE CUARENTENA EN JAPÓN (Mº DE AGRICULTURA)

Una vez la mercancía llega a Japón, la oficina de cuarentena examina el certificado de sanidad animal (no se aceptan copias de los certificados, solamente originales).

### 9. CONTROL DEL Mº DE SANIDAD JAPONES

Tras el control de la oficina de cuarentena, se procede con el control del Ministerio de Sanidad, mediante el cual se analizará la posible presencia de residuos químicos, aditivos (NO<sub>2</sub>), microorganismos (E. Coli, Salmonella spp, Staphylococcus Aureus, etc.), actividad del agua, así como otros análisis sanitarios del producto. En caso que el envase no reúna las condiciones sanitarias óptimas no podrá el control sanitario.

Se ha dado un caso en el que se procedió con la devolución de toda una partida que llegó con el embalaje roto e impregnado de grasa. La documentación completa de la ley la puede encontrar aquí.

Según informaciones facilitadas por los importadores, el control de sanidad japonés corta una parte de jamón o bien se extrae una parte de la mercancía para proceder a su análisis. Este trámite solo se aplica al primer envío, siempre y cuando se trate de “importación continua”, entendiéndose por continua aquellas importaciones que se realizan de forma repetitiva a lo largo del año. Los exportadores deberán en todo momento utilizar las mismas descripciones en los mismos productos. El análisis realizado en la aduana tiene validez de 1 año.

Generalmente los trámites de estos dos controles de aduanas (8,9) tienen una duración de 5 días hábiles, si no hay problemas.

### 10. DISTRIBUCIÓN EN JAPÓN

Se está distribuyendo el producto, tanto por piezas como lonchado. Algunos importadores no desean comercializar el producto por pieza, dado que no pueden asegurar el estado del jamón hasta el momento en que los consumidores lo prueben. Asimismo, sería oportuno indicar al importador la mejor forma más apropiada de conservación del producto, teniendo en cuenta que los japoneses aún poseen un conocimiento limitado del jamón. Hay que tener en cuenta la alta humedad existente durante los meses de verano (junio, julio, agosto y septiembre)

Oficina Económica y Comercial. Tokio

- (1) [Subdirección General de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera](#)
- (2) [Existe lista de laboratorios oficiales reconocidos por el Gobierno, es competencia del Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica del Comercio Exterior \(Mº de Economía\)](#)
- (3) [Certificado de sanidad animal](#)

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

### 2.1.3 El etiquetado

Los importadores o distribuidores tienen que preparar el contra etiquetado en japonés de acuerdo con la legislación japonesa. En caso de jamones curados, a parte de las indicaciones necesarias, hay que poner el grado de la actividad de agua, Instrucciones de conservación (menos de 10°C) e indicación de "Hi kanetsu shokuhin seihin" (Productos de carne sin cocinar).

Para estos casos y, como norma, siempre que se ofrezca la carne sellada y envuelta para su venta la ley de JAS establece un estándar de etiquetado de calidad. Dicho etiquetado, debe estar escrito en japonés e incluir siempre los siguientes elementos:

- 1) Nombre del producto y corte
- 2) Contenido neto
- 3) Fecha de caducidad
- 4) Método de conservación
- 5) Indicación (si procede) de carne para consumo humano
- 6) País de origen
- 7) Dirección y nombre del importador
- 8) Nombre de la carnicería y lugar de cortado (si se trata de carne para consumo humano)

En general el etiquetado será competencia del importador japonés quien en su caso añadirá al envase la contra-etiqueta apropiada. Igualmente existe la posibilidad de acogerse voluntariamente a normativas de calidad certificadas por el gobierno japonés a través de marcas específicas. La más significativa de todas ellas es la conocida como Marca JAS con la información de producto, que en el caso de la carne de porcino responde al nombre de "JAS Standards for Pork Production Information" y entró en vigor en julio de 2004<sup>7</sup>.

Cuando papel o plástico se utilizan como material de empaquetado para envolver los artículos individuales del producto, para las etiquetas, empaquetado externo o de otra parte, una marca identificadora del material empleado se debe exhibir con la información donde se utiliza el material.

---

<sup>7</sup> Para obtener más información al respecto se puede consultar con el Center for Food Quality, Labeling and Consumer Services Headquarters, visitando la página <http://www.cfqlcs.go.jp>

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---



External packaging



Individual packaging

*Fuente: Centre for Food Quality, Labelling and Consumer Services Headquarters. Standard and Labelling Department*

Bajo ley de JAS, el jamón, la salchicha y el tocino están conforme a estándares de JAS. Los productos que pasan la inspección y son certificados con estándares de JAS se permiten exhibir la marca de JAS en ese producto.

Sin embargo, esta etiqueta es voluntaria, y los productos no tienen la obligación de exhibir la marca de JAS para ser vendidos.

JAS Mark



*Fuente: Centre for Food Quality, Labelling and Consumer Services Headquarters. Standard and Labelling Department*

El jamón, la salchicha y el tocino envejecidos están conforme a estándares específicos de JAS. Ésos en conformidad con los estándares pueden exhibir voluntariamente la marca específica de JAS. Los estándares generales de JAS se piensan para asegurar cierto nivel general de calidad del producto.

Por otra parte, los estándares específicos de JAS se aplican a los métodos de producción particulares y a las materias primas distintivas.

Specific JAS Mark



*Fuente: Centre for Food Quality, Labelling and Consumer Services Headquarters. Standard and Labelling Department*

# III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

## 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 1.1. Canales de distribución

Según JETRO, para carnes frescas y congeladas, aproximadamente el 50 % de las importaciones de carne de porcino están destinadas a la industria procesadora de cárnicos japonesa. En su práctica totalidad esta carne es importada a través de compañías de trading, a las empresas fabricantes de salchichas, jamones, etc.

Por lo que respecta a las cifras de la distribución referidas a este otro 50 %, los analistas vienen a indicar de manera aproximada, que más de dos terceras partes de estas importaciones se consumen a través del sector hostelero, carnicerías y otros comercios similares de venta de carne. Mientras que el tercio restante se comercializa en grandes superficies y tiendas especializadas.

El 70% del cerdo congelado importado, sin incluir el cerdo destinado a las empresas procesadoras, va dirigido al canal HORECA. El otro 30% va dirigido a minoristas como grandes superficies y carnicerías especializadas.

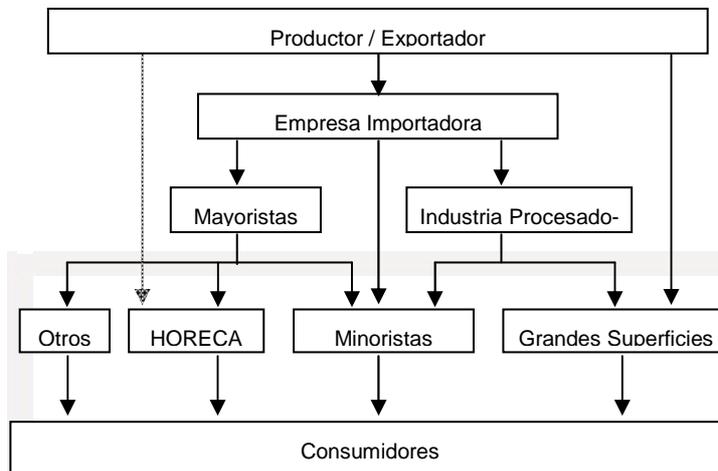
Para carnes procesadas, según JETRO, como jamón o salchichas, son distribuidas directamente desde el fabricante, en vez de mediante mayoristas. Esto es debido, a que se intenta reducir el tiempo de tránsito que pasan los productos refrigerados, entre el fabricante y el consumidor final.

Si el producto no requiere refrigeración se trabaja con mayoristas. El jamón fresco importado suele pasar por compañías de trading, a agentes o mayoristas antes de llegar a los minoristas, hoteles, restaurantes y otros servicios de alimentación.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

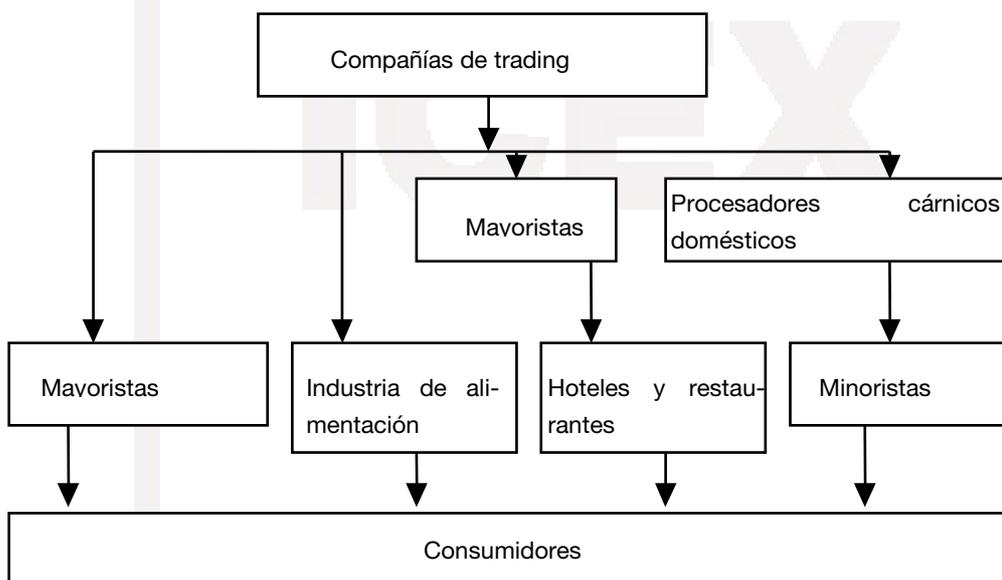
### 1.2. Esquema de la distribución

Esquema del canal de distribución para carne fresca y procesada:



Fuente: JETRO

Esquema del canal de distribución para carne procesada:



Fuente: JETRO

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

### 1.3. Principales distribuidores

#### Nippon Meat Packers

Fecha de constitución:	30 de mayo de 1949
Presidente:	Yoshikiyo Fujii
Capital:	24.166 millones de yenes
Ventas netas:	1.032.291 millones de yenes.
Número de empleados:	4.400
Tipo de negocio:	Producción y envase de carne
Marcas que se comercializan:	Chuka Meisai, Ishikama Kobo, Tenshinkaku and Asia Shokusaikan.
Fábricas fuera de Japón:	Chile, Australia, Taiwán, Brasil
Página web:	<a href="http://www.nipponham.co.jp/en/index.html">www.nipponham.co.jp/en/index.html</a>

#### Itoham foods

Fecha de constitución:	Abril de 1928
Presidente:	Chikari Kasai
Capital:	22.415 millones de yenes.
Ventas netas:	517.950 millones de yenes.
Número de empleados:	2.023
Fábricas fuera de Japón:	EEUU
Tipo de negocio:	Producción y venta de productos de carne procesada. Producción y venta de productos pre-cocinados.
Página web:	<a href="http://www.itoham.jp/english/index.html">www.itoham.jp/english/index.html</a>

#### Marudai Food Corporation

Fecha de constitución:	1958
Presidente:	Tokuo Kudara
Capital:	6.716,25 millones de yenes.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

Tipo de negocio:	manufactura y ventas de productos cárnicos procesados, jamón y salchichas. Mayorista de carne fresca. Elaboración de pizzas y dulces
Ventas netas:	213.618 millones de yenes.
Número de empleados:	1.656
Página web:	<a href="http://www.marudai.jp">www.marudai.jp</a>

### Prima Meat Packers

Fecha de constitución:	9 de Julio de 1948.
Capital:	3.363 millones de yenes.
Ventas netas:	280.900 millones de yenes
Número de empleados:	1.310
Empresas del grupo:	72 empresas. (Itochu Corp. group)
Tipo de negocio:	Procesado de carne, y empaquetado. Carnes con ácido láctico para gente mayor bajo la marca Burethon
Página web:	<a href="http://www.primaham.co.jp">www.primaham.co.jp</a>

### Yonekyu

Fecha de constitución:	Diciembre de 1965.
Presidente:	Akira Fuji
Capital:	8.634 millones de yenes
Ventas netas:	122.821 millones de yenes
Número de empleados:	808.
Tipo de negocio:	Empaquetado de carne de ternera, cerdo y otros productos transformados de la carne

### 2. ANÁLISIS CUALITATIVO

#### 2.1. Estrategias de canal

Una buena manera de entrada en el mercado japonés es a través de un trading que se encargará a distribuir el producto a los minoristas y a la industria cárnica en general.

Este método ofrece ventajas importantes para los productores y para las propias tradings. A éstas porque les da información sobre los productos de distintos fabricantes. A los productores, porque, no sólo les permite evitar los riesgos de la fluctuación de los tipos de cambio y actuar como un escudo frente a demandas de indemnización de consumidores, sino que también suaviza el proceso de las negociaciones comerciales, ya que los minoristas y encargados de la industria cárnica a menudo no tienen suficientes conocimientos de inglés como para negociar directamente con los fabricantes. Además, una fuerte competencia entre empresas de trading significa que el margen de intermediación es bajo.

Otra manera de introducir la carne es a través de los grandes procesadores y fabricantes japoneses que también cuentan con su propio departamento de importación. Y a los que se les suministraría el producto para que éste envasara y cuidara de la presentación (las necesidades son distintas según dónde se vaya a distribuir a continuación).

En cuanto a responsabilidad por productos defectuosos, ésta puede recaer en la tienda, en el proveedor o en el propietario de la marca (importador), dependiendo de la causa del defecto

Siguiendo la distribución, tras el acuerdo con el fabricante japonés, puede decidirse vender el jamón a supermercados, grandes almacenes, convenience-stores (establecimientos 24 horas) y restaurantes.

En los supermercados y grandes almacenes se vende ya cortado y envasado, o bien se corta la pata directamente en la cantidad deseada por el cliente, aunque esta última modalidad suele encontrarse en tiendas gourmet o carnicerías especializadas. La presencia de productos ibéricos frescos y curados es cada vez más evidente en los supermercados.

Los convenience-stores tienen una gran influencia en el mercado japonés y los consumidores usan cada vez más estos centros para realizar sus compras. Este tipo de establecimiento sirve menús preparados que podrían ser el punto de partida para generar una tendencia ascendente en el consumo del jamón curado. En los convenience-stores, la presencia del jamón curado es casi inexistente.

Otra posible salida son los llamados family-restaurants con menús diarios a precios económicos, que constituyen el segundo gran pilar que orienta las tendencias culinarias japonesas. En la actualidad existen algunos family-restaurants, como “freshness burger” que realiza pequeños bocadillos de jamón curado de España. También Doutor realiza snacks con jamón curado.

En el sector de la restauración una buena oportunidad es introducir el jamón a través de los restaurantes españoles e italianos. Para ello haría falta llegar a un acuerdo de suministro en la que una gran empresa de trading llevara a cabo una buena promoción para introducir el producto en los canales de distribución de los servicios de restauración. Sin embargo habría que tener cuidado con los restaurantes italianos para que no lo vendieran como jamón italiano.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

En la actualidad, los restaurantes japoneses se están empezando a interesar por los productos cárnicos españoles, especialmente para ocasiones especiales como bautizos, comuniones y bodas y otras celebraciones.

Esquema para el jamón:

Jamón con hueso:

- Restaurantes y bares.
- Grandes almacenes con gourmet shop.

Jamón sin hueso:

- Envasado de fábrica en cualquier supermercado.
- Cortado y envasado al vacío al gusto en supermercados de alta calidad.

### 2.2. Estrategias para el contacto comercial y condiciones de acceso

Entrar en el mercado japonés es una tarea lenta y costosa. Sin embargo es un mercado que aprecia el producto español, y lo paga muy bien si es porcino ibérico.

La mejor manera de entrar en Japón, es mediante empresa de trading. Para conseguir un agente o una empresa de trading que trabaje con su producto, es recomendable asistir a ferias comerciales de alimentación en Japón. Si bien la más grande es Foodex, hay otras como Supermarket Trade Show, o Japan Meat Industry Fair, que al ser más reducidas, y haber menos competencia, el producto logra mayor atención por parte del público especializado.

La exportación del jamón curado español al mercado japonés está regida por lo que comúnmente se denomina “Protocolo”, un tratado entre la administración española y la japonesa para regular los distintos aspectos de la exportación de jamón y otros embutidos. Conforme al Protocolo, hay una serie de requisitos que los exportadores de productos cárnicos a Japón deben tener en cuenta para exportar sus productos a este mercado, tales como la homologación, documentación, transporte, monografía, entre otros. Se puede consultar más en detalle en la página oficial de la Oficina Económica y Comercial de Tokio<sup>8</sup>.

La evolución de los productos cárnicos procedentes del cerdo en el mercado japonés ha estado fuertemente vinculada a las regulaciones sanitarias aplicadas a estos productos.

Con la Firma de un Segundo Protocolo (3 febrero de 2005) para la exportación de productos cárnicos porcinos a Japón (específico para productos curados) se extiende la posibilidad de exportar productos porcinos españoles a Japón aunque se dieran focos de Peste Porcina

---

<sup>8</sup>

[http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,5280449\\_5304717\\_5296234\\_0\\_JP,00.html](http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,5280449_5304717_5296234_0_JP,00.html)

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

Clásica (PPC) en España lo que garantizará la continuidad en los suministros a este mercado. Sin embargo por ahora, no hay empresas apuntadas oficialmente en la lista.

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

- Consignación de todos los datos de la razón social y dirección completa 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. A veces la dirección no está exactamente igual que en las listas y queda bloqueada por aduanas. Las direcciones de la listas de exportadores, tienen que estar siempre actualizadas.
- Indicación de la cantidad exacta de los productos contenidos en las cajas. En caso que el volumen de la mercancía sea mayor al declarado, éste será destruido. Ha habido problemas por diferencias de unos pocos gramos.
- El envasado de los productos cárnicos se encuentra sujeto a la legislación japonesa, que exige el uso de envases correctamente higiénicos.

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 un porcentaje de tolerancia y ante cualquier anomalía o disparidad con los documentos, el producto no podrá ser exportado.

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.

También hay que tener en cuenta que el hecho de poder vender en la Unión Europea y de tener unos altos niveles de calidad, no implica que se esté dentro de la regulación japonesa al tener parámetros diferentes.

### 2.3. Promoción y publicidad

El consumidor japonés, al adquirir un bien, está acostumbrado a unos niveles de servicio y calidad muy elevados en comparación con los de otros países. Cualquier producto que se venda en Japón debe cumplir pues unas exigencias que no se limitan al ámbito regulatorio (prohibición de ciertos aditivos, certificados sanitarios para ciertos productos, etc.) sino también a unas ciertas costumbres del mercado.

Al mismo tiempo, la alimentación es un sector hacia el que la población está muy sensibilizada y, por tanto, cualquier percepción negativa por parte del consumidor puede tener unos efectos comerciales desastrosos.

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

En lo relativo a la relación comercial, es muy importante que se pueda asegurar el suministro adecuado y continuo del producto ajustándose a los plazos marcados por el importador con precisión.

Es importante destacar la importancia de las fechas de caducidad y de entregar el producto con un plazo suficiente. Generalmente se acepta la entrada en la tienda de un producto con hasta un tercio del periodo de vida consumido. Es aconsejable que se precise esto con el importador.

Se hace necesario recordar que es imprescindible que las promociones comerciales realizadas con folletos, catálogos o cualquier otro material gráfico sean fieles a la realidad del producto e incluyan las especificaciones técnicas con precisión para evitar malentendidos. El público japonés está acostumbrado a que todo esté escrito en japonés, ya que muy poca población habla inglés o español.

Además del siempre necesario sentido común a la hora de proceder con un tipo de cliente y consumidor tan diferente del español, se aconseja una gran meticulosidad y disciplina en lo concerniente a los procedimientos y regulaciones, además de una gran atención a la apariencia exterior.

En Japón, las revistas especializadas ejercen cierta influencia sobre el consumidor y personas de la restauración. Este sector está teniendo un gran auge en el caso español, por lo que los productos españoles aumentan su promoción.

Otra forma interesante de promoción sería a través de la presentación del producto a través de una persona famosa con gran interés en Japón, preferiblemente japonesa, pero también puede ser una persona española de gran reconocimiento internacional

### **2.4. Tendencias de la distribución**

Hay una tendencia hacia la concentración de actores. Las estadísticas sobre distribución clasifican a los establecimientos en tres tipos de categorías: Global Merchandise Store, Super Market y Convenience Store.

Los Global Merchandise Store, son grandes superficies que cuentan con una sección de alimentación completa.

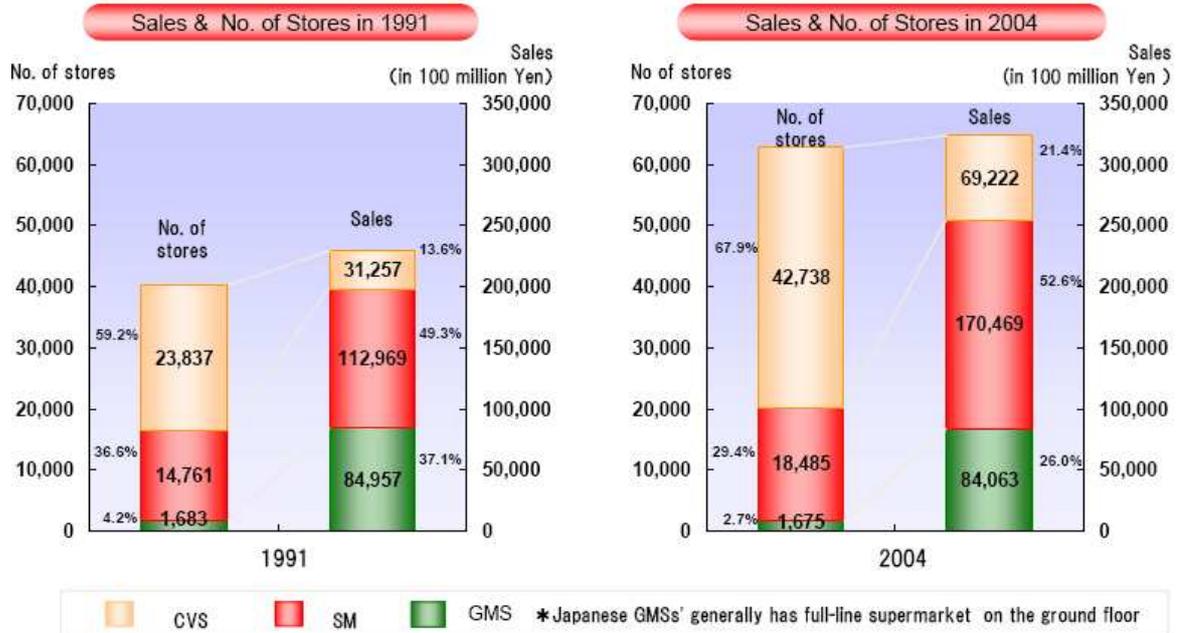
Super Market, medianas superficies cuya actividad principal son la venta de alimentos y productos para la casa.

Convenience Store: son pequeños establecimientos, abiertos 24 horas, que dispensan productos de primera necesidad. En Japón son muy importantes, pues a parte de la venta de productos de primera necesidad, prestan servicios como el pago de facturas (agua, luz ó gas) o se pueden comprar entradas para conciertos. En este sector 5 empresas controlan el 87% de las ventas. La marca más internacional es Seven Eleven, pero hay otras como Lawson, Am PM o Family Mart.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

GRÁFICO 16. EVOLUCIÓN DE VENTAS Y NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE 1991 A 2004

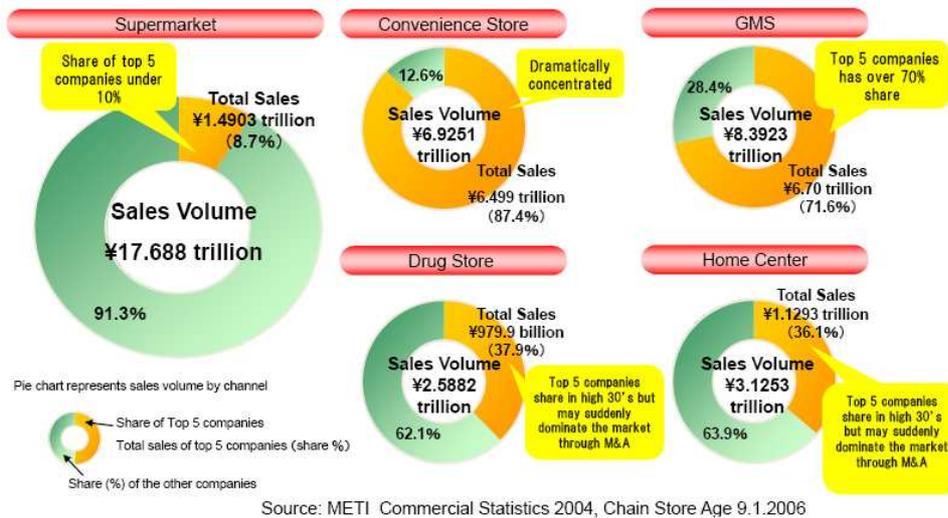
...



Como se puede ver en el gráfico 16, el número de establecimientos ha crecido un 57% desde 1991 a 2004, y las ventas en este periodo lo han hecho en un 41%. Los “Convenience store” han supuesto el 83% de los nuevos establecimientos abiertos, y las ventas en ese mismo tiempo han aumentado un 40%. El crecimiento de este tipo de establecimientos es consecuencia del envejecimiento poblacional, ya que son tiendas de proximidad, que están en todos los barrios residenciales, y a una persona mayor le resulta más fácil acercarse a un establecimiento de al lado de casa, que buscar un supermercado o gran superficie aunque sea más barato.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

GRÁFICO 17. CONCENTRACIÓN DE VENTAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTOS



Como podemos observar en el gráfico 17, el volumen de ventas más elevado lo tienen los super mercados, seguidos de los “Convenience store” y los GMS (Global Merchandise Store). Las cinco primeras cadenas de super mercados representan menos de un 10% de las ventas en su segmento. Este panorama es radicalmente opuesto en los “Convenience store” y los GMS (Global Merchandise Store), que las cinco primeras compañías representan, el 87% de y el 71% respectivamente las ventas de su segmento.

# IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA (AGRO+CONSUMO+SERVICIOS)

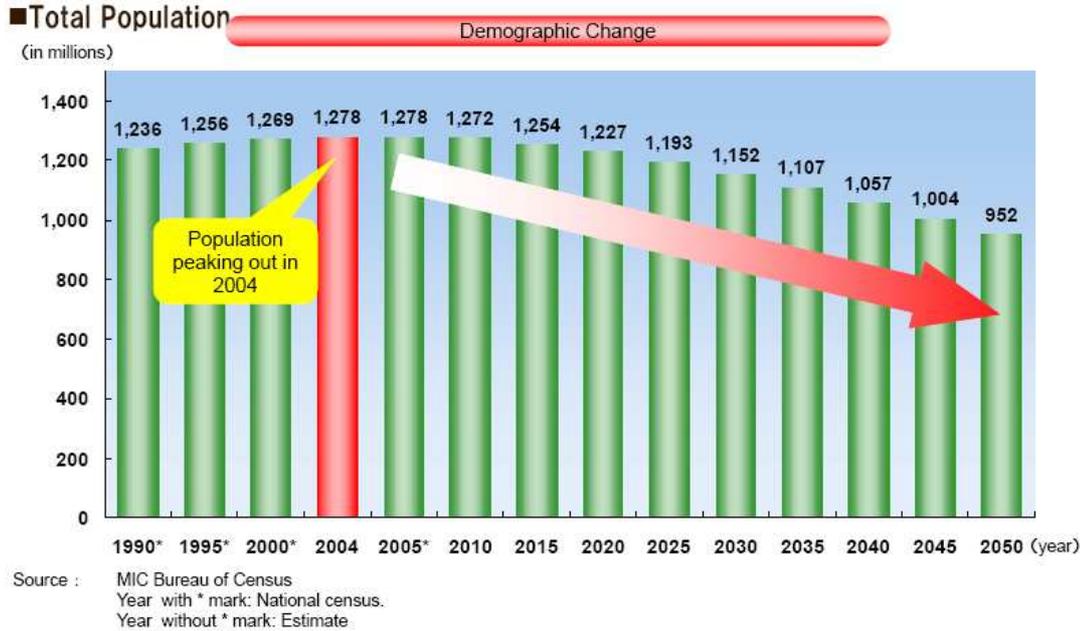
## 1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

### 1.1. Factores sociodemográficos

Uno de los principales problemas que afronta Japón, y que puede condicionar una serie de cambios fundamentales de la sociedad japonesa en el futuro, es el rápido envejecimiento de la población autóctona. Japón tiene ya un mayor número de habitantes en el tramo más alto de la estructura de población (mayores de 65 años) que en el más bajo (menores de 15), por lo que una serie de cambios estructurales y consecuencias se pueden adivinar, tanto en el ámbito económico como social (problemas en el mantenimiento de las pensiones, disminución de la fuerza laboral disponible en algunos sectores intensivos en mano de obra, aumento de la inmigración, disminución de las tasas de población activa, aumento del déficit público, etc.).

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

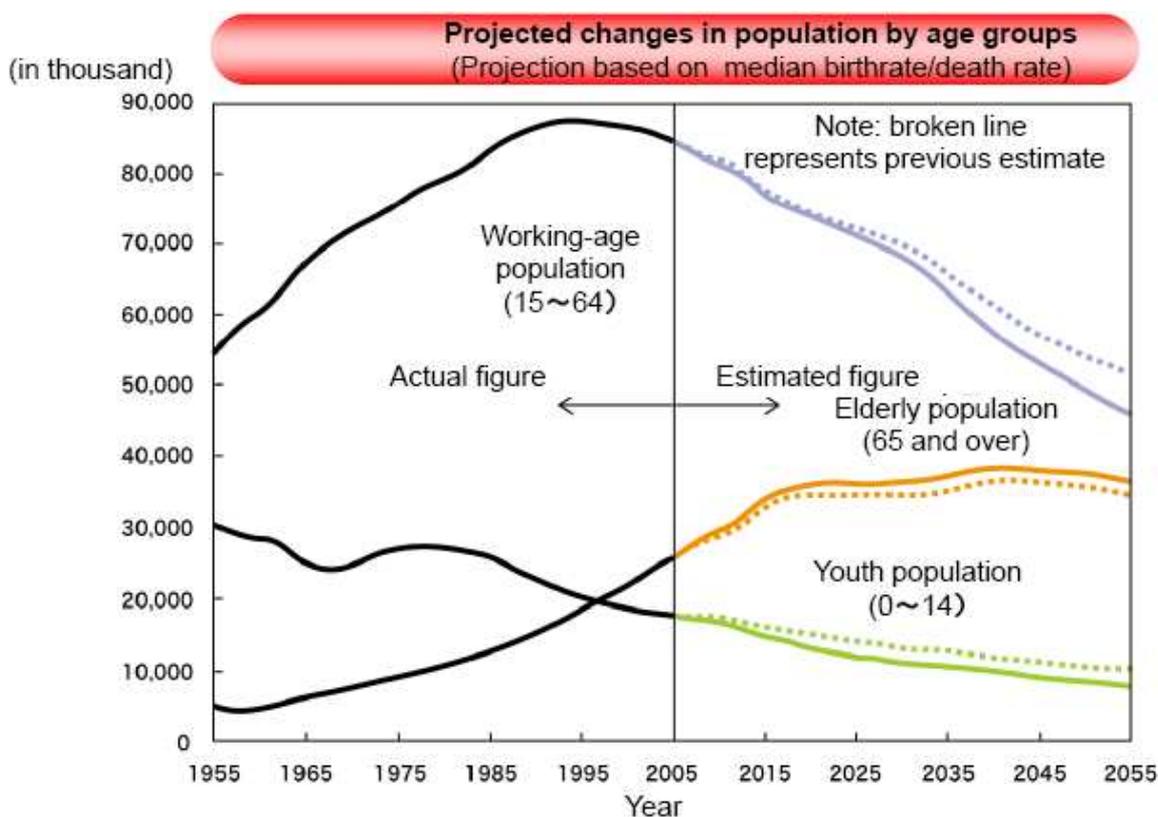
GRÁFICO 18. EVOLUCIÓN PREVISTA DE LA POBLACIÓN JAPONESA



Como se observa en el Gráfico 18, la población japonesa llegó a su máximo nivel en el año 2004, con 127,8 millones de habitantes. Desde ese año la población se empieza a reducir. Y si las previsiones se hacen realidad en 40 años la población japonesa caerá en 32 millones de personas.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

GRÁFICO 19. TENDENCIA POBLACIONAL POR GRUPO DE EDADES



Source : National Institution of Population and Social Security Research ( December, 2006 projection )

Por grupo de edades se puede observar como el grupo de personas entre los 15 años y los 64, es decir aquellos en edad de trabajar, está ya disminuyendo desde el año 2000, y representa el 67% de la población. El grupo de edad de más de 65 años, representa el 22% de la población, y es mucho mayor que el grupo de edad comprendido entre los 0 y los 14 años, que representa tan solo un 11%. La tendencia es que aumente la población mayor de 65 años, y decrezca la población menor de 14 años, y la población comprendida entre 15 y 64 años.

### 1.2. Factores económicos

Según datos de la Oficina Comercial de España en Tokio, el mercado financiero permanece estable en Japón y no existen problemas de contracción de crédito bancario. El total de crédito concedido al sector privado por los 123 bancos del país aumentó en febrero un 4,4% con respecto al mismo mes del año anterior.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

Fuerte deterioro en la producción industrial, especialmente en las grandes empresas exportadoras. Las exportaciones sufrieron una espectacular caída en enero y han propiciado el primer déficit mensual por cuenta corriente desde la segunda guerra mundial (enero 2009).

La tasa de paro ha descendido 0,2 puntos porcentuales hasta situarse en el 4,1% en enero de 2009, debido a la disminución de población activa. El total de parados aumentó un 8,2% sobre el mes anterior.

El Banco de Japón, además de las medidas de inyección de liquidez en el mercado bancario implementadas en los últimos meses, ha dotado a los bancos de mayor capital mediante la concesión de créditos subordinados.

En las negociaciones colectivas de las grandes empresas, los sindicatos asumieron congelaciones salariales que permitan mantener el nivel de empleo.

**TABLA 25.- PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS PUBLICADOS**

INDICADOR	Dato	Fecha
PIB a precios de mercado (millones euros):	4.309.589,80	2007
<i>CRECIMIENTO REAL DEL PIB:</i>	1,90%	2007
<i>PIB PER CAPITA:</i> euros	25.928	2007
Población activa (miles personas):	66.690	2007
Tasa de actividad (2007):	52%	2007
Tasa de paro (2007):	3,90%	2007
Precios (variación 2008/07):		
Precios al consumidor:	1,40%	2008
Precios producción industrial:	2,80%	2008
Déficit público (2007): (Mill. Euros y como % PIB)	130.014,2 (3,01% PIB)	2007

Fte: Banco de Japón, FMI, Statistics Bureau Japan, UN Statistics Division. Tipo de cambio aplicado: 119.7 yenes/euro, BCE, enero de 2009.

### 1.3. Distribución de la renta disponible

Japón lleva viviendo muchos años con tasas de inflación cero o negativas. En el que el consumo ha sufrido mucho, y como consecuencia la industria nacional no exportadora. El desempleo no ha sufrido apenas, porque las empresas llegaron a acuerdos para bajar los salarios sin hacer despidos.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

TABLA 26.- DISTRIBUCIÓN DE RENTA DISPONIBLE POR HOGAR HASTA 2004/07:

	2004	2005	2006	2007	Variación 2004/07
Número de personas en el hogar	2,59	2,57	2,55	2,54	-0,05
Años del cabeza del hogar (edad en años)	53,9	54,7	55,0	55,5	1,6
Porcentaje de hogares propios (%)	68,1	69,2	69,4	71,5	3,4
Porcentaje de hogares alquilados (%)	28,7	27,6	27,2	25,7	-3,0
Gasto total por hogar (mensual)	267.779	266.508	258.086	261.526	-6.253
Comida	61.559	60.532	59.491	59.961	-1.598
Vivienda	20.684	20.455	19.530	19.287	-1.397
Calefacción, luz y agua	17.911	18.289	18.906	18.521	610
Mobiliario y utensilios de cocina	8.361	8.487	8.136	8.308	-53
Vestido y calzado	12.030	11.659	11.407	11.385	-645
Sanidad	10.522	11.075	10.788	11.040	518
Trasportes y comunicaciones	34.298	34.737	33.011	33.526	-772
Educación	9.614	9.078	9.100	9.162	-452
Cultura y ocio	28.607	28.369	27.379	28.371	-236
Otros gastos	64.193	63.827	60.338	61.967	-2.226
Ingreso anual (en 10,000 yen)	563	554	551	553	-10

Fuente: Ministerio de asuntos internos y comunicaciones, Oficial Census Bureau 2009.

Al reducirse la renta disponible por los hogares, ha disminuido el consumo de todas las partidas de gasto exceptuando el gasto en sanidad y en calefacción, luz y agua. Este aumento en esas dos partidas es debido al envejecimiento de la población y a la subida del precio de los combustibles. En valor absoluto las mayores bajadas han sido para otros gastos del hogar, comida y vivienda. Aunque hay que tener en cuenta que la inflación ha sido en este periodo muy baja, incluso con tasas negativas de inflación.

Cada los hogares están formados por personas más mayores, la edad del cabeza de familia del hogar, que ha pasado en 4 años de 53,9 años a 55,5 años. Por menos personas, si en 2004 había 2,59 personas por hogar hoy en día son 2,54 por hogar, cifra alejada de los 2,70 en el año 2000. Pero cada vez los japoneses viven menos en alquiler, y tienden a tener casa en propiedad, el porcentaje de hogares con viviendas en propiedad ha subido en cuatro años 3,4 puntos, pasando de 68% al 71,5%.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

### 1.4. Tendencias culturales

La sociedad japonesa en los últimos años ha recibido mucha más información sobre la sociedad española, por una parte porque son muchos los que viajan a España y cuentan lo mucho que les ha impresionado, y por otra parte porque en televisión han emitido documentales acerca de España.

Algo que les gusta es la cultura del tapeo, los “Spanish bars”, donde no hace falta sentarse, y menos descalzarse. Y puedes degustar diferentes vinos con su correspondiente tapa. Están empezando a abrir establecimientos en Tokio, aunque no solo de vinos y productos españoles.

## 2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

### 2.1. Hábitos de consumo y de compra

El 13% de la población japonesa viajó durante 2008 al extranjero. Si bien los destinos más visitados suelen ser países asiáticos y Estados Unidos, los viajeros a Europa supusieron en 33% del total en 2008. Por países los cuatro primeros son Italia, Francia Alemania y España. Siendo España destino turístico tan solo de unos 600.000 turistas japoneses, frente a Italia que recibe más de 1.400.000 turistas japoneses o Francia con 1.200.000 turistas japoneses. Estos turistas que viajan a Europa vuelven a Japón con diferente percepción de los productos japoneses, que siempre los han considerado mejores que los extranjeros.

La comparación entre lo que compran en Japón y lo que compran en el extranjero ha cambiado los hábitos de consumo de los consumidores japoneses, ya no están dispuestos a aceptar cualquier producto en Japón, sobre todo no a cualquier precio, sino aquél que les ofrezca un mayor atractivo (por el precio, la calidad, el servicio que conlleva, etc.). La preferencia tradicional por el producto nacional está relativizándose y por ello aumentan las posibilidades de exportar a Japón.

La tendencia en Japón hacia el consumo de productos cárnicos (jamón, salchichas, bacón) utilizadas como un plato único, y la mayor preocupación de los japoneses por la salud, han puesto de moda los productos bajos en grasas y en sal. Muchos productos contienen grandes cantidades de ácido glutámico para producir el sabor tradicionalmente preferido por los japoneses y bastantes productos incorporan grandes cantidades de agua, aditivos y otros, lo que además mantiene bajos los precios.

Es costumbre en Japón enviar un regalo por fin de año a personas a quienes se está agradecido por favores recibidos durante el año (o-seibo), y también en verano (o-chugen) aunque estos últimos son de menor cuantía que los (o-seibo). Al llegar Noviembre y Diciembre todas las superficies comerciales tienen una sección dedicada sólo a productos de regalo. Preparan packs de regalo de diferentes productos. El precio de los o-seibo varía entre los 3.000¥ y

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

los 20.000¥ siendo el precio medio 5.000¥. Los productos más populares para el o-seibo, según una página web de regalos son:

1. Tarjetas de regalo de establecimientos comerciales
2. Dulces
3. Aceites y condimentos
4. Carne fresca
5. Cerveza
6. Jamones
7. Cangrejos
8. Arroz

El orden de los más regalados puede variar entre diferentes establecimientos, pero por lo general son productos de alimentación poco perecederos, que se puedan conservar bien, ya que se supone que debe de durar.

Uno de los más regalados siempre ha sido el jamón, aunque en Japón históricamente ha sido sin curar, tipo York, ahora según el presupuesto se regalan productos ibéricos como jamón, embutidos e incluso salchichas de carne ibérica

### **2.2. Costes indirectos que soporta el consumidor**

Como mencionamos anteriormente en el apartado arancelario, en Japón todos los productos están sujetos a un impuesto sobre el consumo que en la mayoría de los casos corresponde al 5% de su valor en el punto de venta. En el caso de la carne de porcino este es el tipo aplicado como impuesto indirecto.

## **3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL**

La carne de cerdo ibérico en Japón goza de una buena salud y notable aceptación por parte de los consumidores japoneses. No obstante, aún existe un largo camino por recorrer para consolidar los productos de cerdo ibérico como referente en el mercado japonés.

En el año 2003, a raíz del levantamiento de la prohibición sobre las exportaciones porcinas españolas, el término "Ibérico" comenzó a escucharse en Japón con la llegada de las primeras carnes de cerdo. Ante la ausencia que había en esos momentos de jamones españoles de cerdo ibérico curado (que aún necesitarían varios meses para poder entrar en Japón) se aprovechó la fama de estos, para introducir el jamón ibérico, que alcanzó así bastante éxito. Debido a esto, la importación de jamón ibérico se espera con anhelo y se estimaba una gran demanda del producto.

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

A partir de entonces, ciertos segmentos de los consumidores japoneses comenzaron a apreciar la mayor calidad del jamón de cerdo ibérico español, frente aquella procedente de otros países, al mismo tiempo que entendían que esta calidad tiene un precio y están dispuestos a asumirlo. Es por ello que se aprecia un aumento en las ventas de nuestros productos, ya que también aumenta el interés por España en su conjunto, ya sea hacia su gastronomía, su cultura o el idioma. De igual forma, el aumento de restaurantes españoles en Japón ha contribuido también al crecimiento de interés por España y su gastronomía entre los consumidores japoneses, adquiriendo así una gran fama internacional.

Los productos elaborados con carne de cerdo ibérico parecen gozar de un gran potencial en el mercado japonés. Las posibilidades en su consumo son múltiples, ya sea como componente del almuerzo diario, o como degustación culinaria en forma de tapas. No obstante, para el público en general el producto más conocido es el jamón ibérico, y se limita a círculos más reducidos de población, un segmento alto de consumidores que buscan la calidad y exclusividad de su sabor, y que se muestran dispuestos a pagar un alto precio por ello.

Las tapas también gozan en general de una notable aceptación en Japón. Si bien, el concepto de tapas no responde en la misma medida al que se conoce en España, la idea de pequeñas degustaciones culinarias tiene una buena acogida entre los consumidores japoneses. Asociar el jamón con las tapas es una buena medida para llegar a la mente del consumidor como un producto de calidad y de degustación ocasional. Para ello, la exhibición de campañas informativas con las posibilidades combinatorias de productos ibéricos, sobre todo del jamón curado español con otros productos, ayudaría a la promoción de los productos de cerdo ibérico en el mercado japonés, aprovechando la imagen y aceptación de las tapas como placer culinario.

Entre los inconvenientes que los consumidores e importadores ven en el producto español está la poca imagen de conjunto que hay en España, lo que dificulta las exportaciones debido a la propia competencia interna. En otras palabras, cada empresa va abriéndose camino entre las exportaciones españolas, por lo que las empresas individualmente tienden a buscar una certificación propia de calidad que les pueda aportar una garantía de calidad de cara a los consumidores. En la actualidad, sobre todo el jamón, cuenta con un excesivo fraccionamiento de calidades, una gama de tipos incomprensible para el consumidor japonés medio. Se debería trabajar en la búsqueda de una calidad homogeneizada para las empresas españolas, que a su vez ayudaría a crear una imagen de producto conjunta, que daría una mayor distinción al producto, pero también reforzaría la marca España.

Teniendo en cuenta lo anterior, es complicado garantizar el cumplimiento de las distintas especificaciones requeridas para la denominación del producto como jamón curado, jamón serrano o jamón ibérico, debido a que no existe un sistema de control para certificarlo a pesar de que ya está en vigor la “Norma de Calidad” de productos de cerdo ibérico. Si bien es cierto que en la actualidad existen ciertas certificaciones, la no obligatoriedad de las mismas hace que no exista una confianza segura de que la calidad del producto se corresponda con la que se supone lleva asociada la marca, jamón serrano o ibérico. En el caso del Prosciutto di Parma italiano, la Asociación de Parma se hace cargo de la certificación de sus productos para que éstos tengan un certificado de calidad controlado.

En este sentido, para obtener una confianza más segura sobre la calidad del jamón curado español, es necesario tener un control más estricto sobre la calidad del producto y las certificaciones. Tener una certificación homogeneizada y obligatoria para productos denomina-

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

dos “jamón ibérico” y “jamón serrano” es fundamental, no sólo para hacer la distinción de calidad, sino también para evitar riesgos de confusión con jamones de inferior calidad por parte del consumidor japonés.

La forma de presentación del producto también es muy importante en el mercado japonés, junto con la promoción y la publicidad, debido a que el mercado resulta bastante competitivo en estos aspectos. Un diseño refinado en el empaquetado y el etiquetado y una adecuada campaña de marketing ayudaría a mejorar la percepción que el consumidor tiene sobre el producto español.



# V ■ ANEXOS

## 1. INFORMES DE FERIAS

### 1.1. International Food and Beverage Exhibition (FOODEX)

Se trata de la feria de alimentación más importante de Asia y se celebra anualmente en Japón desde 1976. Dada la extremada dependencia de importaciones del mercado japonés (con una capacidad de autoabastecimiento de únicamente el 40% para el sector) y teniendo en cuenta que en la feria se reúne la mayor concentración de importadores de productos alimenticios del mundo, FOODEX se muestra como la plataforma idónea para la penetración tanto en el mercado japonés como en el asiático.

- Fecha de la próxima edición: 2-5 de Marzo 2010 (Edición 35)
- Frecuencia: anual
- Lugar: Makuhari Messe (Nippon Convention Center)
- Organizador: Japan Management Association. Convention Division.
- 3-1-22 Shiba Koen, Minato-Ku. Tokyo 105.
- Tel: +81-3-3434-6211, Fax: +81-3-3434-1836/8076,  
<http://www2.jma.or.jp/foodex/en/index.html>
- Productos: frutas y verduras, carne y productos cárnicos procesados, pescado y marisco, productos de pasta, alimentos congelados, alimentos enlatados y embotellados, alimentos dietéticos, especias y condimentos, dulces y postres, vinos y licores, cerveza, bebidas alcohólicas, bebidas gaseosas, café y té, etc
- Número de expositores edición 2009: 2.393 empresas,
- Países asistentes en 2009: 59 países
- Superficie bruta: 27.911 m<sup>2</sup>

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

- Principales pabellones nacionales: Italia, EE.UU., Corea, España, Francia, Tailandia, China, Taiwan, México, Australia.
- Número de visitantes edición 2008: 78.538 personas

Características: mayor feria de la alimentación en la zona del Pacífico.

### **Spain Gourmet Fair**

Se trata de una feria de productos de gourmet, organizada por la Oficina Comercial española en Japón en colaboración con distintas Cámaras de Comercio e Industria de España.

Su origen se debe al creciente interés mostrado por parte de los profesionales japoneses hacia los productos españoles de gourmet, que puso de manifiesto la necesidad de organizar una feria monográfica sobre éstos en España.

- Fecha de la próxima celebración: 8-9 de Septiembre 2009.
- Periodicidad: Anual
- Lugar: Hotel New Otani Tokio
- Cámaras organizadoras (2008): A Coruña, Barcelona, Bilbao, Burgos, Ciudad Real, La Rioja, Madrid, Murcia, Navarra, Sevilla y Valencia
- Número de expositores (año 2008): 55 empresas
- Sectores presentados: Vino, aceite de oliva, jamón y embutidos ibéricos, conservas de pescado, confitería, queso, pan y tortillas, etc.
- Número de visitantes (año 2008) : 643 personas

### **Japan Meat Industry Fair**

En esta feria se presentan, carnes frescas y procesadas, servicios de restauración y catering, transporte, logística, empaquetado de carnes. Coincide en el tiempo con 3 ferias más de restauración: Dessert, Sweet & Drink Festival, The World Food and Beverage Great Expo, Wine and Gourmet Japan

- Periodicidad: Anual
- Organizador: JAPAN MEAT INDUSTRY FAIR 2008 EXECUTIVE COMMITTEE
- Tokyo JAPAN; Teléfono : 81-3-3663-2011; Fax : 81-3-3663-2015

Website : <http://www.shokuniku.co.jp>

- Lugar: Tokio Big Sight
- Número de expositores (año 2009): 117 empresas

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

- Sectores presentados: carnes frescas y procesadas, servicios de restauración y catering, transporte, logística, empaquetado de carnes
- Número de visitantes (año 2008) 4 ferias: 60.867 personas

### **Super market trade show:**

La feria Super Market Trade Show está considerada como la principal feria comercial en Asia en lo relativo al suministro de supermercados. Como componente fundamental incluye el abastecimiento de artículos de alimentación, ya sean productos de marca blanca o no

- Periodicidad: Anual
- Organizador: Japan Self-Service Association (domestic); Mesago Messe Frankfurt Corporation(Overseas)
- Maekawa-kudan Bldg. 3F, 2-3-7Kudan-kita Chiyoda-ku, Tokyo 102-0073 Japan
- Teléfono: 81-3-3262-8453, Fax: +81-3-3262-8442

Website: [super@mesago-messefrankfurt.com](mailto:super@mesago-messefrankfurt.com)

- Lugar: Tokio Big Sight
- Número de expositores (año 2009): 1.134 empresas, 1.095 japonesas, 35 extranjeras de 12 países.
- Superficie bruta: 51,380 m<sup>2</sup>
- Sectores presentados: Productos de importación y productos de marca blanca para suministro a supermercados y grandes cadenas de establecimientos minoristas, Equipamiento y Servicios para cadenas de establecimientos, Gestión medioambiental y de Higiene.
- Número de visitantes (año 2009): 78.478 personas

## **2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS**

### **2.1. Listado de Importadores japoneses de productos cárnicos españoles (enero 2009)**

#### **ARCANE LTD.**

Keihin 5F 4-9-8, Tokai, Ota-ku, Tokio 143-0001

Tel: 81-3-3799-0311 Fax: 81-3-3799-0313

#### **L'ECRUSE**

Suzusho Bldg.23, Araki-cho

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

Shinjuku-ku, Tokio 160-0007

Tel:81-3-3225-8481 Fax:81-3-3225-8482

### **INOUE CORPORATION**

6-30-1-208, Okusawa, Setagaya-ku, Tokio 158-0083

Tel: 81-3-3704-9193 Fax: 81-3-3704-9193

### **SHIRAIMATSU PHARMACEUTICAL Co., Ltd.**

#### **Foods Section**

4-8-14-5F, Nihonbashi-honcho, Chuo-ku, Tokio 103-0023

Tel: 81-3-3271-8313 Fax: 81-3-3271-8466

### **SUZUSHO LTD**

23 Araki-cho, Shinjuku-ku, Tokio 160-0007

Tel: 81-3-3225-1167 Fax: 81-3-3225-5520

### **TOP TRADING CO., (FAR EAST) LTD**

Kyoei Ponpian Bldg,

3-6-3-chome, Iwamotocho, Chiyoda-ku, Tokio 101-0032

Tel.81-3-5821-1180 Fax.81-3-5821-1197

### **SHINPOH FOODS CO., LTD**

1-20-20, Ohmori, Honcho Ohtaku, Tokyo

Departamento Internacional

Tel.81-3-5763-2411 Fax.81-3- 5763-2420

### **YONEKYU CO. LTD**

1259, Okanomiya, Terabayashi,

Numazu, Shizuoka 410-8530

Tel : 81-559-29-2974 Fax : 81-559-26-1594

### **FUJIYA CO., LTD**

12-42, Shin Kiba 4-chome, Koto-ku,

Tokio 136-0082

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

Tel. 81-3-3522-2222 Fax: 81-3-3522-2206

### **ZAS**

2-15-6, Shintomi, Chuo-ku, Tokio 104-0041

Tel.81-3-3552-5223 Fax.81-3-3552-5226

### **FYTSU JAPAN CO., LTD**

4F, 3-21-2, Motohamacho, Naka-ku,

Yokohama, Kanagawa 231-0004

Tel : 81-45-222-8271 Fax : 81-45-222-8850

### **MYER CORPORATION, LTD**

30-5, 5 -chome, Kugahara, Ohta-ku Tokio 146-0085

Tel.81-3-3752-7276 Fax.81-3-3752-7264

### **KODAMA CO., LTD**

1-3-9, keihinjima, Ota-ku, Tokio 143-0003

Tel: 81-3-5755-2311 Fax:81-3-5755-2912

### **HOEI BUSSAN CO., LTD**

Kinishimoto Bldg. 1-21-1 Shibadaimon

Minato-ku, Tokio 105-0012

### **ASAHI GRANT CO., LTD**

Takashe-cho 21-1 Funabashi-shi, Chiba 273-0014

Tel : 81-47-495-3640 Fax : 81-47 433 3210

### **IBERIA TRADING CO. LTD**

1-3-5-204, Setagayaku, Tokio157-0073

Tel : 81-3-3416-4433 Fax : 813-3416-430

### **ITO HAM CO., LTD**

4-27. takahata-cho, Nishinomiya city Hyogo 663-8586

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

Tel : 81-798-64-8600 Fax:81-798-66-1349

### **IBERIAN CO., LTD**

2-2-27, Metoku Hongo, Nagoya city, Aichi

Tel : 81-52-774-7518 Fax:81-52-831-7161

### **KYODO INTERNATIONAL CO., LTD**

Kishimoto Bldg. 11F, 2-2-1, Marunouchi, Chiyoda-ku Tokio 100-0005

Tel : 81-44-866-5975 Fax:81-44-854-1975

### **JAPAN FOOD CO., LTD**

Dai Bldg. 7F, 3-11-36 Mita, Minato-ku Tokio 108-0073

Tel : 81-3-5441-8520 Fax:81-3-5441-8525

### **T.I. TRADING CO., LTD**

2-12-1, Kamiya, Kita-ku Tokio 115-0043

Tel: 81-3-5249-5912

### **KAIZAN LIMITED**

306 Yamabukicho Shinjuku-ku

Tokio 162-0801

Tel. 81-3-5229-6516 Fax. 81-3-5229-6517

### **DIVERSE**

2-22-5, Higashi Azabu

Minato-ku, Tokio 106-0044

Tel.03-3586-8183 Fax.03-3586-8183

### **FRENCH F&B Japan, Co., Ltd**

1-19-17, Ebara, Shinagawa-ku

Tokio 142-0063

Tel : 81-3-5498-6321

Fax : 81-3-5498-6320

### **KOINUMA CO., LTD**

2-1-8-1F, Miyoshi, Shinjuku-ku Tokio 1530-0022

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

Tel.(03)-5245-8569 Fax.(03)-5245-8580

### **ODEX JAPAN CO., LTD**

4-1-22, Takanawa

Minato-ku, Tokio108-0074

Tel: 81-3-3445-6895 Fax:81-3-3445-6288

### **GIFU FIRST FOOD CO.**

1-8-17, Mae yi shiki, Gifu -shi Gifu-ken 500-8232

Tel. 81(58)248-2939 Fax.81(58)248-2930

### **SUMIKIN BUSSAN CORPORATION**

5-27, Akasaka, 8-chome

Minato-ku,Tokio107-8527

Tel.81-3-5412-5083 fax.81-3-5412-5181

### **NEW WORLD TRADING CO., LTD**

4F Hongo-Tanabe Bldg. 3-17-13, Hongo, Bunkyo-ku Tokio 113-0033 Japan

Tel: 00-81-3-5684-0521

Fax: 00-81-3-5684-0522

### **DHC. Co., Ltd**

2-7-1, Minami Azabu, Minato-ku Tokyo 106-8571

Tel. 81-3-3457-5321 Fax.03-3457-5325

### **NORLAKE INTERNATIONAL CO., LTD**

134, Godo-cho. Hodogaya-ku. Yokohama 240-0005

Tel. 81-45-340-3400 Fax: 81-45-340-3401

### **LA MANGA CORPORATION**

Shiba Royal 204,

25-3, Toranomon, 3-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0001

Tel: +81 3-3432-3142 Fax: +81 3-3432-3098

### **SHONAN PURE**

1, 624 Okazaki, Hiratsuka-city ,Kanawaga

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

Tel.81-463-58-7767 Fax.81-463-58-7768

### **TOKYO EUROPE TRADING LTD**

Yokohama Nishiguchi Kato BLD. 5F 2-9-30, Kitasaiwai, Nishi-ku, Yokohama-shi, Kanagawa-ken, JAPAN

TEL:+81 45 329 2390 FAX:+81 45 329 2391

### **UNION LIQUORS CO., LTD**

3-17-7, Hiroo, Shibuya-ku Tokio 150-0012

Tel.81-3-3486-8381 Fax.81-3-3486-9541

### **NOMURA TRADING Co., Ltd**

1-1, Hirakawa-cho, 1 chome, Chiyoda-ku, Tokio 102-8631

Tel. 81-3-5214-2500

### **NISSIN HAM Co., Ltd**

2-34-1 Higashi Azabu, Minato-ku Tokio106-0044

Tel: 81-3-3582-2941 Fax: 81-3-3586-2919

### **TWIN PEAKS Co., Ltd**

5-22-2 Shin Bashi, Tokio

Tel:81-3-5942-8371 Fax: 81-3-3433-6355

### **UNIX International Corporation**

3-24-7, Kirigaoka, Midori-ku, Yokohama 227-0016

### **TOKO TRADING Co., Ltd**

1-3-11 2F kadaizumi-chou, Chiyoda-ku, Tokio 101-0024

Tel: 81-3-3862-6859 Fax:81-3862-3168

### **NICHIREI**

6-19-20, Tsukiji, Chuo-ku. Tokio 104-8402

Tel.81-3-3248-2223 Fax.81-3-3248-2170

### **VIALE, Co., LTD**

383-4, Amino, Amino-cho, Kyotango-city, Kyoto 629-3101

E-mail: [info@spanishhams-viale.com](mailto:info@spanishhams-viale.com)

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

### **2.2. Publicaciones del sector**

#### **a) Profesionales**

##### **GOURMET JOURNAL**

Tenshinkan Bldg. 3-2, Kanda Ogawacho, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0052

Tel: +81-3-5816-8264 Fax: +81-3-5816-8272

##### **SENMON RYORI, SPECIALITÉ SHIBATA SHOTEN**

Iyasaka Bldg. 3-26-9 Yushima, Bunkyo-ku Tokyo 113-8477

Tel: +81-3-3295-6343 Fax: +81-3-3295-6373

##### **RYORI OKOKU (CUISINE KINGDOM)**

3-8-4, Motoazabu, Minato-ku Tokyo 106-0046

Tel: +81-3-3405-1101 Fax: +81-3-3405-4300

##### **FOODLIFE**

Daiwa AP Bldg. 5F 3-7-11, Iidabashi, Chiyoda-ku Tokyo 102-0072

Tel: +81-3-3263-0341 Fax: +81-3-3263-0382

##### **ARIGATT**

Imagica Publishing General Bldg Ebisu Nishi 3F 1-16-3, Ebisu Nishi, Shibuya-ku, Tokyo 150-0021

Tel: +81-3-5428-6802 Fax: +81-3-5428-6803

##### **THE SHOKURYO JOKAI SHIMBUN**

Daikai Bldg. 2-8-6, Shinkawa, Chuo-ku, Tokyo 104

Tel: +81-3-3551-3119 Fax: +81-3-3553-0964

##### **JOZO SANGYO SHINBUNSHA**

Daini Taki Bldg. 6F 2-4, Knada Tach, Chiyoda-ku Tokyo 101

Tel: +81-3-3257-6841 Fax: +81-3-3257-4939

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

### **SHOKUHIN SANGYO SHINBUNSHA**

DS Bldg. 2-1-39, Ikenohata, Taito-ku Tokyo 110

Tel: +81-3-3824-9111 Fax: +81-3-3824-5171

### **GAISHOKU SHINBUN**

Bros Odenma 2-8, Nihombashi Odenmacho Chuo-ku, Tokyo 104

Tel: +81-3-3663-2448 Fax: +81-3-3822-6081

### **SHOKUHIN SHINBUN**

Hanabusa Bldg. 4F 1-9-8, Irifune, Chuo-ku Tokyo 104

Tel: +81-3-3552-4031 Fax: +81-3-3552-7015

### **NIKKAN KEIZAI TSUHINSHA**

Kanda Sento Bldg.1-2-4, Yushima, Bunkyo-ku Tokyo 113

Tel: +81-3-3251-9161 Fax: +81-3-5256-7027

b) Para todo el público

### **DELICIOUS**

Brigestone Hirakawacho Bldg. 4-2-29, Kudan Kita Chiyoda-ku, Tokio 102-8187

Tel: +81-3-3262-6174 Fax: +81-3-3262-5543

### **DANCYU**

Sekai Bunkasha 2-13-12, Hirawakacho Chiyoda-ku, Tokio 102-8641

Tel: +81-3-3237-3711 Fax: +81-3-3237-3350

## **2.3. Asociaciones**

### **ASOCIACIÓN JAPONESA DE PRODUCTOS DE CARNE PROCESADA**

(Japan Meat Processors Association)

1-5-6 Ebisu. Shibuya-Ku, Tokyo 150

Tel: +81-3-3444-1211 Fax: +81-3-3441-8287

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

Email: [hamukumi@group.lin.go.jp](mailto:hamukumi@group.lin.go.jp)

Web: <http://group.lin.go.jp/hamukumi/>

### **ASOCIACIÓN JAPONESA DE COMERCIANTES DE CÁRNICOS**

(Japan Meat Traders Association)

2, Watanabe Building 6F. 1-7-3

Higashi-Azabu, Minato-Ku. Tokyo 106-0044

Tel: +81-3-3588-1655

### **ASOCIACIÓN DE ALIMENTOS IMPORTADOS**

(Association of Imported Food)

1-8-15 Nihonbashi Horidome-cho, Chuo-Ku, Tokyo 103

Tel: +81-3 5695-0819 Fax: +81-3-3695-0969

### **ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PROCESADORES DE JAMÓN Y SALCHICHAS (The Japan Ham & Sausage Processors. Cooperative Association)**

1-5-6 Ebisu, Shibuya-Ku, Tokyo 150-0013

Tel: +81-3-3444-1211 Fax: +81-3-3441-8287

Web: <http://group.lin.go.jp/hamukumi/>

### **FAIR COMPETITION COUNCIL CONCERNING REPRESENTATIONS OF HAM & SAUSAGE.**

1-5-6 Ebisu, Shibuya-Ku Tokyo 150

Tel: +81-3-3444-1211 Fax: +81-3 3441 8287

### **ASOCIACIÓN NACIONAL DE SUPERMERCADOS**

(National Association of Supermarkets)

2-7-1 Okubo, Shinjuku-Ku Tokyo 169-0072

Tel: +81-3-3207-3157 Fax: +81-3-3207-5277

Web: <http://www.super.or.jp>

Email: [info@super.or.jp](mailto:info@super.or.jp)

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

### **ASOCIACIÓN JAPONESA DE AUTO-SERVICIO**

(Japan Self-Service Association)

TOC Bldg. 9 F. 7-22-17 Nishi-Gotanda Shinagawa-Ku, Tokyo 141.

Tel: +81-3-3494-3836 Fax +81-3-3255-4826

Email: [selkyo@jssa.or.jp](mailto:selkyo@jssa.or.jp)

Web: <http://www.jssa.or.jp/>

### **2.4. Otras direcciones de interés**

a) Organismos oficiales de representación Española y promoción del comercio exterior en Japón

#### **OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN TOKYO**

Roppongi 1-3-29, Minatu-ku, Tokyo 106-0032

Tel : +81 (0)3 5575 0431 Fax : +81 (0)3 5575 6431

<http://www.mcx.es/tokio>

#### **EU JAPAN CENTRE FOR INDUSTRIAL COOPERATION**

Nikko Ichibancho Bldg. 4F, Ichibancho 3-13, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0082

Tel: +81 (0)3 3221 6161 Fax: +81 (0)3 3221 6226

<http://www.eujapan.com>

#### **SPAIN BUSINESS AND TECHNOLOGY OFFICE (SBTO)**

Akasaka Bldg. 8F, Akasaka 2-3-2, Minato-ku, Tokyo 107-0052

Tel: +81 (0)3 3505 2631 Fax: +81 (0)3 3505 2634

<http://www.sbto.or.jp>

#### **OFICINA NACIONAL ESPAÑOLA DE TURISMO**

Daini Toranomondenki Bldg6F Toranomondenki, 3-1-10, Minato-ku, Tokyo 105-0001

Tel: +81 (0)3 3432 6141 Fax: +81 (0)3 3432 6144

<http://www.spaintour.org>

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

### **COPCA (CONSORCIO DE PROMOCIÓ COMERCIAL DE CATALUÑA)**

Sogo Nibancho Bldg. 5F, Nibancho 4-5, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0084

Tel: +81 (0)3 5276 1816 Fax: +81 (0)3 5276 1502

[copcatyo@po.ijinet.or.jp](mailto:copcatyo@po.ijinet.or.jp)

### **EXTENDA (INSTITUTO DE FOMENTO DE ANDALUCÍA)**

MLC Kojimachi Bldg. 3F, 2-8, kojimachi, Chiyoda-ku , Tokyo 102-0083

Tel: +81 (0)3 3438 2153 Fax: +81 (0)3 3438 2154

[ifatok@gol.com](mailto:ifatok@gol.com)

### **IVEX (INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACIÓN)**

Akasaka OS Bldg. 2F, Akasaka, 2-21-15, Minato-ku, Tokyo 107-0052

Tel: +81 (0)3 5561 9831 Fax: +81 (0)3 5561 9830

[ivextko@ivextko.or.jp](mailto:ivextko@ivextko.or.jp)

### **IGAPE (INSTITUTO GALLEGO DE PRO-MOCIÓN ECONÓMICA)**

Yatsuka Bldg., 8F, Higashi-Azabu, 1-3-8, Minato-ku, Tokyo 106-0044

Tel: +81 (0)3 3584 1861 Fax: +81 (0)3 3584 1862

[igapejap@gol.com](mailto:igapejap@gol.com)

### **IPEX (Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha)**

4F Tanable Bldg. 3-17-13 Hongo Bunkyo-ku, Tokyo. 113-0033

Tel: +81 (0)3 5844 6531 Fax: +81 (0)3 5684 0522

[hsasaki@jccm.es](mailto:hsasaki@jccm.es)

### **b) Organismos de Promoción del Comercio Exterior japoneses**

### **JETRO (JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION)**

2-5 Toranomom 2 Chome Minato-ku Tokyo 105-0001

Tel: +81 (0)3 3582 5511 Fax: +81 (0)3 3585 3628

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

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

### **TOKYO CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY**

2-2 Marunouchi 3 Chome Chiyoda-ku Tokyo 105-00 05

Tel: +81 (0)3 3283 7823 Fax: +81 (0)3 3211 4859

<http://www.jcci.or.jp>

### **OSAKA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY**

2-8, Honmachibashi, Chuo-ku, Osaka 540-0029

Tel: +81 (0)6 6944 6400 Fax: +81 (0)6 6944 6293

<http://www.osaka.cci.or.jp>

### **JAPAN FEDERATION OF IMPORTERS ORGANIZATION**

Hougaku Bldg, 4 Fl 19-14 Toranomom, Minato-ku, Tokyo

Tel: +81 (0)3 3581 9251 Fax: +81 (0)3 3581 9217

E-mail: [yudanren@fancy.ocn.ne.jp](mailto:yudanren@fancy.ocn.ne.jp)

### **JAPAN FEDERATION OF ECONOMIC ORGANIZATIONS (KEIDANREN)**

9-4 Otemachi 1-chome, Chiyoda-ku Tokyo 10-0004

Tel: +81 (0)3 3279 1411 Fax: +81 (0)3 5255 6232

<http://www.keidanren.or.jp>

### **NATIONAL FEDERATION OF SMALL BUSINESS ASSOCIATIONS**

Zenchu - Zenmi Bldg., 1-26-19, Shinkawa, Chuo-ku Tokyo 104-0033

Tel: +81 (0)3 3523 4901 Fax: +81 (0)3 3523 4909

<http://www.chuokai.or.jp>

### c) Gobierno y Administración japoneses

### **MINISTERIO DE TRABAJO, SALUD Y BIENESTAR SOCIAL**

1-2-2 Kasumigaseki Chiyoda-ku Tokio 100-8916

Tel : +81 (0)3 5253 1111

E-mail: [www-admin@mhlw.go.jp](mailto:www-admin@mhlw.go.jp)

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

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

### **MINISTERIO DE EDUCACION, CULTURA, DEPORTE, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

2-5-1 Marunouchi Chiyoda-ku, Tokio 100-8959

Tel: +81 (0)3 5253 4111

E-mail: [voice@mext.go.jp](mailto:voice@mext.go.jp)

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

### **MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIA**

1-3-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku Tokio 100-8901

Tel: +81 (0)3 3501 1511

E-mail: [webmaster@meti.go.jp](mailto:webmaster@meti.go.jp)

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

### **MINISTERIO DE AGRICULTURA, SILVICULTURA Y PESCA**

1-2-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku Tokio 100-8950

Tel: +81 (0)3 3562 8111

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

### **MINISTERIO DE MEDIOAMBIENTE**

Godochosha No. 5, Kasumigaseki 1-2-2 Chiyoda-ku, Tokio 100-8975

Tel: +81 (0)3 3581-3351

E-mail: [moe@env.go.jp](mailto:moe@env.go.jp)

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

### **MINISTERIO DE FINANZAS**

3-2-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku Tokio 100-8940

Tel: +81 (0)3 3581 4111

[info@mof.go.jp](mailto:info@mof.go.jp)

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

### **AGENCIA DE RECURSOS NATURALES Y ENERGÍA**

1-3-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku Tokio 100-8901

Tel: +81 (0)3 3501 1511

E-mail: [enechohp@meti.go.jp](mailto:enechohp@meti.go.jp)

## **EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN**

---

<http://www.enecho.meti.go.jp>

### **3. BIBLIOGRAFÍA**

**“The Meat statistics in Japan”** (Abril 2008)

JAPAN MEAT CONFERENCE, Agricultural production Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. Japan

**“Market share in Japan 2008”**

Yano Research Institute Ltd. Publicación anual.

**“Marketing Guidebook for Major Products”**

JETRO (Japan External Trade Organization). Publicación anual.

Páginas web consultadas para la realización el estudio:

**World Trade Organization**

<http://www.wto.org/>

**JGuide (Stanford guide to Japan information resources)**

[http://jguide.stanford.edu/site/business\\_economics\\_133.html](http://jguide.stanford.edu/site/business_economics_133.html)

**Pacific Islands Centre International Organisation**

<http://www.pic.or.jp/en/market/meat.htm>

**Animal Quarantine Service (Ministry of Agricultural, Forestry and Fisheries)**

<http://www.maff.go.jp/aqs/english/product/import.html>

**The pig site**

<http://www.thepigsite.com/swinenews/category/7/markets-and-economics>

## EL MERCADO PORCINO EN JAPÓN

---

**Pork.org** (The official website of the National Pork board)

<http://www.pork.org/NewsAndInformation/News/Publications/porkcheckoffreport.aspx?id=83>

**Japan cabinet office** (Government of Japan)

<http://www.cao.go.jp/index-e.html>

**Department of foreign affairs and trade** (Australian Government)

<http://www.dfat.gov.au/geo/japan/index.html>

**Japan Tariff Association**

<http://www.kanzei.or.jp/english/index.html>

**Trade Statistics of Japan (Ministry of finance)**

[http://www.customs.go.jp/english/tariff/2008\\_4/index.htm](http://www.customs.go.jp/english/tariff/2008_4/index.htm)

ICEX