



El Mercado de Pescados Blancos en Japón 2016 / Oficina Comercial en Japón



Situación y oferta de pescados blancos en Japón

Pescados blancos son aquellos que, bajo una clasificación nutricional, su porcentaje de grasa se encuentra entre el 2% y el 5%. Según un informe de NISSUI, <http://www.nissui.co.jp/academy/data/02/03.html> - donde probablemente considera marginal el consumo en el resto de los países del mundo - el consumo de pescado blanco a nivel mundial, se distribuye principalmente entre los países europeos con el 70% , Estados Unidos con cerca del 20% y Japón con cerca del 10% de la producción mundial.

El consumo de pescado en general se ha reducido, en los últimos años, debido a la “occidentalización” de la dieta japonesa al incorporar una proporción mayor de productos cárnicos, dado que preparar pescado “toma tiempo”. Sin embargo, según el Ministerio de Salud y la Agencia del consumidor de Japón, el pescado en general sigue siendo una fuente importante de proteínas para la población japonesa, siendo el pescado blanco la opción relativamente más barata.

- **PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES.** Los principales proveedores de pescado blanco en volúmenes como en valores, a Japón son Estados Unidos, Noruega y China. El principal país exportador de Merluza a Japón el año 2015 fue Argentina que exportó 1.247.689 kg, seguido por Uruguay (298.619 kg) y Estados Unidos (278.139 kg).

- **EXPORTACIONES CHILENAS :** En cuanto a exportaciones específicas de pescados blancos, Chile exporta a Japón merluza austral y otras diversas especies de merluza de los géneros *Dissostichus* y *Merluccius*. También se exportan cojinoba y otras especies.

ANÁLISIS Y COMENTARIOS

Estados Unidos, principal proveedor de pescado blanco a Japón, tiene entre sus productos principalmente pescados enteros congelados como bacalao, gallineta y especies de pescado variadas no determinadas, partida 0303.89.

Parte importante del pescado blanco estadounidense en Japón es procesado como pasta/surimi el cual es utilizado como ingrediente para alimentos procesados.

Las importaciones de China y Noruega son principalmente pescado entero congelado como albacora, besugo y pez globo (fugu), además de variedades de rayas y pescados planos desde China y, macarela, gallineta y bacalao de Noruega.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

PAÍS	VOLUMEN (kg)	TOTAL VALOR (miles de USD)
Estados Unidos	205.680.498	719.320
Noruega	97.002.637	277.908
China	49.492.563	170.780
India	38.480.180	77.026
Tailandia	32.569.984	110.741
Rusia	26.042.711	127.867
Vietnam	25.628.925	75.019
Taiwan	21.101.148	63.402

Fuente: Aduanas de Japón

La distribución y el consumo de Pescado blanco en Japón

Tal como se mencionó, el pescado blanco en general tiene un precio bastante accesible al público en general. Y, a pesar que según estudios del MAFF, el consumo de pescado ha disminuido considerablemente – el año 2004 el consumo de pescado por persona eran 82,6 gr/día cantidad que al año 2014 se redujo a 69,4 gr/día - el pescado sigue siendo uno de los componentes principales de la dieta japonesa. El pescado blanco es consumido en todos los estratos socio económicos, utilizado en preparaciones hervidas y/o fritas como también platos conocidos internacionalmente como sashimi y sushi.

Más del 80% es destinado a uso industrial para elaborar alimentos preparados congelados o productos procesados en base a pasta (surimi) de pescado como chikuwa, satsumaage, además de ser también directamente destinado al sector HORECA.

Productos importados como congrio, robalo y merluza austral ingresan en cantidades muy reducidas y no existen registros detallados. Esto se debe en gran medida a que el pescado blanco se le prefiere consumir fresco. La importación (*congelado usualmente*) no entra directamente a Japón, sino que es enviada en primera instancia a terceros países como Vietnam, Indonesia o China, donde es procesado como “patty” de pescado o preparaciones listas para el consumo.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR SEGMENTO A NIVEL DE VENTAS RETAIL (Migración de compra de pescado por parte del consumidor)

Seguimiento del comportamiento del consumidor realizado por la Agencia de Pesca de Japón para la compra de pescado en los últimos 50 años.

CANAL	2009	2004	1999	1994	1984	1974
	%	%	%	%	%	%
Pescaderías (negocio particular)	12	14	17	25	39	62
Supermercados	68	64	64	55	48	29
Tiendas departamentales	5	5	6	5	4	3
Cooperativas del consumidor	8	11	9	9	6	2
Otros	7	6	5	6	3	4

NOTA: se incluye todo tipo de pescado, no hay datos exclusivos para compra de pescado blanco.

Fuente: Agencia de Pesca, Ministerio de Agricultura, Pesca y Forestal de Japon.



Principales actores en la distribución

Los principales actores en la distribución de pescado blanco en el mercado japonés, tanto para el producto importado como para la producción nacional son:

- Asociaciones de pesqueros en cada región de Japón (específicamente para producto nacional)
- Intermediarios quienes compran el producto en el mercado mayorista regional (usualmente producto nacional, pero también pueden llegar a manejar producto importado que ingresa a Japón por los puertos regionales como Wakkanai en Hokkaido o Nagasaki).
- Mercados Mayoristas Centrales, usualmente ubicados en las grandes urbes (mercado Tsukiji en Tokyo por ejemplo).
- Vendedores mayoristas, quienes trabajan dentro de los mercados mayoristas centrales; entre sus clientes están los minoristas abajo mencionados y la industria de alimentos.
- Vendedores al por menor (Pescaderías particulares, supermercados, HORECA, etc.)

CONSUMO DE CARNES Y PESCADO EN JAPÓN

Como se mencionó anteriormente, el consumo de pescado en general en Japón tiene tendencia levemente decreciente en los últimos años. En el siguiente cuadro se presenta la situación actual del consumo de pescado frente a otras carnes.

PRODUCTO	2011	2012	2013	2014
Carne bovina	1.250	1.227	1.239	1.209
Carne porcina	2.461	2.447	2.440	2.441
Carne de aves	2.099	2.204	2.195	2.226
Otras carnes	46	46	49	49
Pescado fresco/congelado	2.784	2.757	2.448	2.517

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Forestal de Japón

Por otra parte, el pescado blanco como la merluza austral y del sur de Chile y Argentina, llega en muy pocas cantidades. La mayor parte de la captura proveniente de Sudamérica, es destinada a otras zonas o países para su consumo directo (Europa y Estados Unidos). En el caso de las importaciones efectuadas por Japón, es enviado para ser procesado (surimi, "patty" para hamburguesas de pescado etc.), en terceros países como China, Indonesia o Vietnam, para luego ser importado y utilizado por empresas HORECA en Japón. Un ejemplo conocido es la "patty" de pescado blanco que utiliza McDonalds Japan para su Filet-o-Fish.

Principales actividades y ferias especializadas en Pescado blanco

FERIAS INTERNACIONALES RELEVANTES (LINKS A FUENTES)

Dentro de las ferias de alimentos las más importantes son:

- **Japan International Seafood & Technology Expo:** <http://www.exhibitiontech.com/seafood/>

Esta exposición se realiza anualmente como único evento organizado por la Japan Fisheries Association.

- **FOODEX:** <http://www.jma.or.jp/foodex/en/>

A pesar de que esta exhibición anual es de alimentos en general, se asigna prácticamente un salón entero a productos del mar.

Actividades ProChile 2016 – Pescado Productos del Mar

ProChile no ha realizado eventos sobre productos del mar de manera regular en Japón. Sin embargo, durante julio del 2016 se realizó por primera vez la **Ronda de Negocios para PYMES de productos del Mar de Chile en Japón** donde se presentó la oferta exportable chilena de pescados de carne blanca, entre otros productos del mar, a importadores japoneses.

Normativas aplicables y requisitos importación. Links a fuentes

Las leyes o normativas aplicables a pescados son:

- Food Sanitation Act (Law): <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=12&vm=04&re=01>
- Cumplimiento de los niveles de concentración de químicos estipulados en el Positive List, publicado por el Ministerio de Salud: <http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/index.html>

Conclusiones

El precio del pescado blanco en Japón es bajo y el destino principal para el producto importado es su uso industrial; como referencia, el pescado más común que se encuentra en los supermercados (Pangasius) tiene un valor aprox. USD 16/kg, el Alfonsino que es uno de los pescados de carne blanca más apetecidos y con mayor valor tiene un precio de venta a público de aprox. USD 35/kg; por otra parte el Salmón en filete congelado (kirimi) tiene un valor aprox. USD 58/kg, el pollo aprox. USD 11/kg, cerdo USD 20/kg y vacuno USD 42/kg. Las empresas japonesas que manejan pescado blanco en Chile, como merluza, prefieren exportar dicho producto a Europa o Estados Unidos, ya que según estas empresas que manejan pescado blanco, "Japón no les representa ganancia". Sin embargo, elaborar alimentos procesados a partir de pescado blanco para el mercado japonés puede ser más atractivo.

Para más información sobre la categoría de **PESCADOS BLANCOS** en **JAPÓN** o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con el **Director Sr. Mikhael Marzuqa** al e-mail mmarzuqa@prochile.gob.cl