

Ficha del Producto

TRUCHA (*Oncorhynchus mykiss*) (Trucha Arco iris, Salmon trout, Rainbow Trout, Nijimasu)



OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN TOKIO

JAPÓN

Setiembre, 2020



I. NOMENCLATURA ARANCELARIA

CÓDIGO HS							DESCRIPCIÓN
JAPÓN			PERÚ				
0303	14	00					Trout (<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> , <i>Oncorhynchus apache</i> y <i>Oncorhynchus chrysogaster</i>)
			0304	42	00	00	Truchas (<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> , <i>Oncorhynchus apache</i> y <i>Oncorhynchus chrysogaster</i>)
			0302	11	00	00	TRUCHAS FRESCAS O REFRIGERADAS, EXCEPTO HÍGADOS, HUEVAS Y LECHAS

II. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Nombre comercial en inglés	Nombre científico	Nombre en japonés
Trout Salmon Rainbow Trout	Reino: Animalia Filo: Chordata Clase: Actinopterygii Orden: Salmoniformes Familia: Salmonidae Subfamilia: Salmoninae Género: <i>Oncorhynchus</i> Especie: <i>O. mykiss</i>	ニジマス

III. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros).

a) Aranceles

Partida arancelaria	Descripción del producto	Arancel
0303.14.000	Trout Fish, frozen, excluding fish fillets and other fish meat of heading 03.04	2%
0304.42.000	Trout Fish fillets and other fish meat (whether or not minced), fresh, chilled or frozen	0.6%
0304.82.000	Frozen Trout fillets	2%
0305.43.000	Smoked Trout, including fillets, other than edible fish offal	FREE

Los principales países exportadores de peces y productos pesqueros como Chile, Noruega, Tailandia, México y Filipinas gozan de un arancel de 0% o libre arancel para la trucha, ello, en virtud al acuerdo bilateral que han suscrito con el gobierno japonés hace muchos años.



b) Requisitos generales:

Las exportaciones al mercado japonés de truchas refrigeradas, congeladas o procesadas, requieren de un certificado sanitario de exportación emitido por SANIPES, en el que se haga constar que:

- Han sido sometidos a fiscalización sanitaria de conformidad a lo establecido en las Regulaciones Sanitarias para productos hidrobiológicos y provienen de una planta de procesamiento habilitada por la autoridad competente (SANIPES);
- Proceden de una planta de procesamiento que aplica un programa basado en los principios HACCP, de conformidad con lo establecido en las Regulaciones Sanitarias para productos hidrobiológicos en el Perú;
- En el Japón, todos los embarques de truchas están sujetos a las inspecciones aduaneras en el punto de entrada, sea marítimo o aéreo.
- Sin importar la presentación del producto, este debe contar con un análisis de residuos de pesticidas y drogas veterinarias donde los valores estén debajo de los límites de cuantificación que ha establecido el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar del Japón (MHLW por sus siglas en inglés).
- La exportación de truchas requiere de un certificado sanitario emitido por SANIPES.



Las principales leyes y regulaciones sanitarias japonesa que se aplican para las importaciones de truchas refrigeradas, congeladas o procesadas (filetes, conservas, ahumados, etc.) pueden ser revisadas en los siguientes enlaces:

- Ley de Higiene Alimentaria:
http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?id=12&vm=2&re
- Regulaciones generales sobre inocuidad alimentaria de alimentos importados:
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/yunyu_kanshi/index_00017.html
- Sistema de la Lista Positiva para los residuos de químicos agrícolas en alimentos:
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/zanryu/index_00016.html

IV. Tendencias del mercado

A nivel mundial, pero sobre todo en el Japón, los cambios en las pautas del consumo reflejan el crecimiento de la demanda de productos para una rápida preparación o listos para el consumo. El aumento de la cantidad de alimentos de origen marino que se distribuyen a través de supermercados continúa facilitando una mayor penetración de tales productos. La mayor sensibilidad con respecto a la salud ha modificado también las pautas de consumo. La industria pesquera ha demostrado su capacidad de ajuste e innovación, y el aumento de la importancia de los supermercados en la distribución del pescado ha ejercido un efecto sustancial en la procedencia y forma de presentación de los productos pesqueros destinados al consumo humano.



La demanda de productos pesqueros ha ido aumentando en Asia, debido en parte al crecimiento de la población y los ingresos; el Japón es el país con el mayor consumo per cápita de la región ya que registra niveles históricos de unos 70 kg per cápita, lo que constituye aproximadamente el 10 por ciento de la demanda mundial de productos pesqueros.

Un estudio japonés realizado por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca (MAFF- 2018), revela que se encontraron bajos niveles de sustitución y efectos complementarios entre el pescado y otras fuentes de proteínas. La demanda en el Japón de principales categorías de pescado se mantendrá relativamente estable en los próximos 30 años, no se espera que cambien los usos alimentarios durante ese período, si bien se prevé que el consumo per cápita aumentaría en un 16 por ciento. Asimismo, se prevé que los precios de los productos pesqueros puedan incrementar fuertemente hasta duplicarse.

Tendencias de la oferta y la demanda de la Trucha en el mercado japonés

El suministro de pescado y productos pesqueros para consumo interno se estimó en 7,37 millones de toneladas para el ejercicio económico de 2017 (convertido sobre la base de pescado fresco), de las cuales 5,76 millones de toneladas (78%) se destinaron al consumo humano (alimentos) y 1,62 millones de toneladas (22%) a piensos y fertilizantes (no alimentarios).

Durante el 2019 las importaciones de trucha fresca fueron mucho menores, lideradas por Noruega con 738 TM y las importaciones de Chile fueron 369 TM. Para la trucha congelada, cuyo precio se mueve en correlación con el del salmón congelado, Chile lideró un campo abarrotado de proveedores con 9.048 TM, seguido de Noruega con 1.902 TM. Turquía quedó en tercer lugar con 547 TM.

A juzgar por la producción de Chile, Japón puede tener un ligero alivio en la presión de los precios en el año actual (2020), aunque el efecto del COVID-19 sobre la demanda y la oferta de trucha también figura en la ecuación, los precios del salmón fresco oscilan entre los pescados del atlántico de origen noruego y el de la trucha arco iris congelada de origen chileno. La tendencia de los precios está marcada por las exportaciones del salmón y la trucha de origen chileno.

En el caso de las importaciones de trucha peruana en el mercado japonés, estas se han incrementado a través de los años tanto en términos de volumen como de valor. En 2019 las exportaciones peruanas se incrementaron en 152.5% en términos de valor en relación al 2018. La tendencia es creciente debido a las condiciones desfavorables que el sector pesquero japonés está atravesando actualmente.

Tabla 1. Importaciones japonesas de trucha y salmón 2018-2019

**Estadísticas de comercio (importaciones) del Ministerio de Hacienda
Salmón y trucha (fresca, fría y congelada)**

Países	2019		
	Cantidad Kg	Miles de yenes	Miles de US\$
Resto del mundo	240,941,293	221,816,214	2,112,535
Chile	158,317,214	136,589,764	1,300,855
Noruega	37,387,439	47,087,626	448,454
Rusia	29,737,333	22,147,312	210,927
Estados Unidos de América	6,278,033	5,366,577	51,110
Canadá	2,532,043	2,718,474	25,890
Turquía	1,489,868	1,862,673	17,740
Reino Unido	1,204,478	1,335,178	12,716
Dinamarca	960,884	1,123,416	10,699
Australia	825,204	940,783	8,960
Nueva Zelanda	541,440	823,610	7,844
Perú	745,055	804,130	7,658
Islas Feroe (Dinamarca)	377,489	346,441	3,299
Vietnam	161,758	165,218	1,574
Islandia	104,892	148,330	1,413
Estonia	109,242	132,370	1,261
Los Países Bajos	61,704	99,774	950
Tailandia	48,189	67,241	640
República Popular China	27,338	26,934	257
Georgia	11,651	17,343	165
Lesotho	19,925	12,806	122
Francia	114	214	2
República de Corea		0	0

Países	2018		
	Cantidad Kg	Miles de yenes	Miles de US\$
Resto del mundo	235,131,116	225,670,515	2,149,243
Chile	139,907,971	124,779,456	1,188,376
Noruega	37,765,231	47,417,354	451,594
Rusia	30,751,378	27,184,163	258,897
Estados Unidos de América	17,246,971	15,382,377	146,499
Canadá	4,226,974	4,522,014	43,067
Dinamarca	958,712	1,138,252	10,840
Turquía	838,574	1,035,692	9,864
Nueva Zelanda	633,073	892,967	8,504
Australia	743,266	873,286	8,317
Reino Unido	704,118	804,908	7,666
Islandia	538,006	747,448	7,119
Perú	331,500	318,483	3,033
Vietnam	192,794	251,369	2,394
Tailandia	104,193	135,422	1,290
Los Países Bajos	61,504	96,568	920
Indonesia	76,620	44,807	427
República Popular China	24,074	29,393	280
Lesotho	20,025	12,626	120
República de Corea	6,132	3,930	37
Finlandia	0	0	0
Polonia	0	0	0
Lituania	0	0	0

Fuente: Ministerio de Hacienda del Japón 2019-2020



En Japón los precios de la trucha tienen una correlación directa con los precios del salmón. Los precios de las exportaciones peruanas por kilogramo de trucha han sido fluctuantes a través de los años, en 2016 estuvo en JPY 1.120 (USD 10.66), el 2017 en JPY 1.270 (USD 12,09), el 2018 en JPY 960 (USD 9,14) y en 2019 JPY 1.079 (USD 10,27) (TC: 105 JPY/USD).

V. Situación de la producción y el consumo local

Los consumidores japoneses son muy sensibles a los cambios estacionales, siendo la cocina japonesa uno de los conceptos clave en los hábitos de consumo estacional. Cuando las estaciones cambian, también lo hace la elección de las especies marinas, la mejor temporada para el bacalao, el salmón, el atún y la trucha es en invierno, cuando el contenido de grasa está en su punto más alto. Mientras que para los peces venenosos como el pez globo (muy costoso, por cierto), así como la carne de ballena, la primavera es la mejor época del año para consumirlos.

Entre las generaciones más jóvenes, el sentimiento de las tradiciones alimenticias de la temporada se ha debilitado algo con el tiempo porque la mayoría de los alimentos están disponibles todo el año. Sin embargo, el consumidor japonés se ha acostumbrado tanto a este concepto que los productos de estación todavía hacen que sea fácil sentir las transiciones estacionales.

Adicional a las tendencias estacionales, el consumo japonés también se basa en eventos sociales y los principales días festivos, en los que los precios y las cantidades de algunos productos del mar aumentan. También, la entrega periódica de regalos a lo largo del año es una larga tradición en Japón; las dos ocasiones principales son a mediados de año (ochugen) y al final del año (oseibo) cuando una caja de huevos de arenque saladas o salmón son las opciones más populares.

VI. Demanda

Las principales especies marinas que el mercado japonés demanda son:

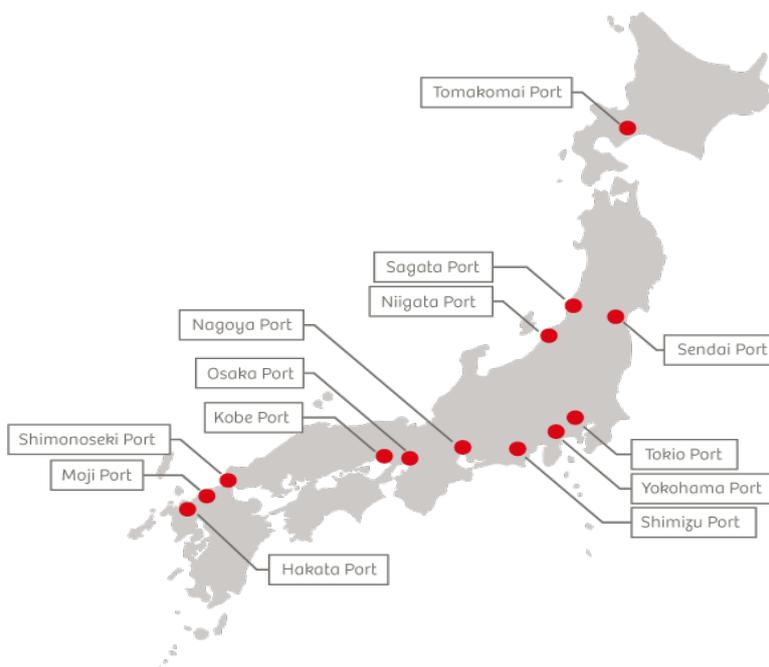
- Atún, salmón, Anguila y langostinos, preferentes y de mayor demanda en el mercado nipón.
- Las anguilas (*Anguilla spp.*), las cuales contribuyen con el 40 por ciento del total de la producción tanto en cantidad como en valor (importaciones corresponden al 60%). Casi el 100 por ciento de la anguila doméstica se produce mediante la acuicultura.
- Trucha arcoíris (*Oncorhynchus mykiss*): se comercializa en todo el país y también se han sembrado en muchos ríos, pero la producción local no cubre la demanda actual.
- Moluscos bivalvos: Vieira (*Patinopekten yessoensis*) es una de las principales especies en la cocina japonesa.
- Ostión (*Crassostrea gigas*, *C. nippona*) Actualmente el ostión es una de las principales especies de bivalvos cultivados en Japón y que tienen una alta demanda internacional.
- Entre otros moluscos altamente demandados por los consumidores japoneses se encuentran el abulón (*Haliotis discus*), la almeja (*Ruditapes philippinarum*) y los erizos (*Echinoidea*)
- Otras especies como plantas marinas, camarones y perlas también tiene un buen potencial de exportación.

Chile es el principal proveedor de truchas. La trucha originaria de Noruega es mayormente fresca, mientras que la trucha de Chile es principalmente congelada tanto entera como en filetes congelados. La especie de trucha que exporta Chile es la misma especie de trucha que Perú está exportando al Japón.

La trucha (*Oncorhynchus mykiss*) se vende a menudo en Japón bajo el nombre comercial de "Rainbow Trout", y es conocida por su uso versátil, por ejemplo, para la fritura en sartén, el consumo en crudo o la salazón y los cortes especiales para sushi o sashimi conocidos como "kirimi". Debido a su versatilidad ha ganado una fuerte posición en el mercado japonés. Además, sirve hasta cierto punto como sustituto del salmón, en particular para "moriawase", que es un plato de combinación de varios tipos de sashimi.

VII. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (Puertos/ aeropuertos)

Japón tiene gran cantidad de puntos de acceso de mercancías en su territorio. Los principales puertos son el aeropuerto de Narita (con una participación de 12,5% del valor), le sigue el puerto de Tokio (12,3%), Nagoya (6,5%), Osaka (6,0%) y Chiba (5,9%); cada uno se especializa en determinados productos. Kobe, Yokohama, Hachinohe, Sendai, Tomakomai e Imari, son los puertos de mayor uso para las importaciones de productos hidrobiológicos. (Fuente: MAFF)



VIII. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

Los consumidores japoneses son percibidos como uno de los consumidores más exigentes del mundo con respecto a la calidad y a la frescura del producto. Esta demanda de calidad y frescura, el transporte frecuente y las complejas estructuras de distribución hicieron que los consumidores japoneses toleraran precios relativamente altos de los productos pesqueros. La voluntad de pagar por la calidad y la frescura siempre se ha considerado como el principio rector en el mercado de mariscos y pescados; sin embargo, parece que, en medio de la prolongada recesión económica y el cambio demográfico, los clientes que demandan productos frescos y de alta calidad han dejado de ser la mayoría.

Hay que tener en cuenta que el consumo varía en gran medida según el lugar en el que viven las personas y su edad, además hay algunas tendencias subyacentes como las que se describen a continuación:

- Debido a la longevidad de los japoneses, los adultos mayores son uno de los grupos de más influyentes en Japón, a menudo llamado el mercado de clase "A". Uno de cada tres de los ciudadanos japoneses tiene 60 años o más. Crecieron comiendo pescado todos los días durante toda su vida, e influyen en las perspectivas del futuro mercado de pescados y mariscos. Para los consumidores mayores, la seguridad en la frescura de los productos marinos tiende a ser el factor más importante a la hora de comprar, incluso antes que la calidad y el precio.
- Cada vez más japoneses, incluidos los ancianos, optan por vivir solos debido a la continua urbanización del Japón. El tamaño de los hogares se está reduciendo y actualmente más de un



tercio de los hogares del Japón están formados por una sola persona, cifra que se espera que siga aumentando.

- Además, con una mayor participación femenina en el mercado laboral, es probable que los consumidores japoneses busquen formas más convenientes de consumo de alimentos. Las mujeres desempeñan un papel importante en la demanda de productos de pescado y mariscos, ya que tienden a decidir qué tipos de alimentos se compran.
- El volumen de consumo de productos congelados en los últimos 20 años se duplicó, y los productos congelados están recibiendo más atención en la distribución minorista.

El actual sistema de distribución de la trucha y otros alimentos de origen marino está representado por su amplio uso de mercados organizados como capas en un canal de distribución. Sin embargo, si continúa la tendencia del consumidor de exigir productos más elaborados y listos para el consumo, descrita en la sección anterior, exigirá un nuevo sistema de suministro de alimentos de origen marino. Las pautas de distribución del pescado y los productos del mar en el Japón necesitan un cambio fundamental para poner fin a la tendencia descendente del consumo de pescado en el país.

Tradicionalmente, el sistema general de distribución de productos pesqueros del Japón presenta una compleja red de múltiples capas entre los mayoristas del lugar de desembarque, los mayoristas de los mercados de pescado y los minoristas antes de que llegue a los consumidores (Figura 2). El sistema se ha desarrollado como respuesta a la gran variedad de pescado capturado por los pescadores japoneses y a la demanda de los clientes de pescado fresco. Sin embargo, el sistema ha sido criticado por numerosos actores extranjeros y nacionales por ser económicamente ineficiente.

Las grandes traders importan salmón y trucha congelados, las cuales procesan ellos mismos en algunos casos, y en otros los venden a otros semi-mayoristas, para de esta manera llegar a otros procesadores; además se importa el producto procesado de acuerdo a las especificaciones de clientes determinados. El procesamiento en algunos casos se puede efectuar también en otros países asiáticos como Tailandia, por ejemplo. El producto procesado pasa a los canales de comercialización de distribución minorista al consumidor final, o a los restaurantes y hoteles del sector HORECA. Existen igualmente cadenas de restaurantes que importan el producto procesado de acuerdo a sus propios requerimientos.

Figura 2. Canal de distribución de la trucha y otros productos pesqueros



IX. Actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores

- Importadores.
- Grandes traders o shoshas por su nombre en japonés.
- Distribuidores en los puntos de venta
- Supermercados como AEON, Marusho, Ito Yokado, Daiei, SEIYU, Life, Maruetsu, OK Store, Hanamasa, Ozeki y COSTCO.
- Tiendas de conveniencia: como 7-Eleven, Lawsson, Family Mart.
- Tiendas especializadas de venta.
- Venta por televisión, catálogos y aparatos telefónicos.

X. Actividades de promoción idóneas para promover el producto

JAPAN INTERNATIONAL SEAFOOD & TECHNOLOGY EXPO

Perfil de la feria:

Es uno de los más importantes eventos de la industria de productos pesqueros y de tecnologías relacionadas. El lugar ideal para que las grandes y pequeñas empresas negocien compras para todo el año, desarrollen nuevos productos y encuentre nuevos socios.

Perfil de los visitantes:

Compradores de productos de mar: Pequeños y grandes supermercados; cadenas de tienda; vendedores mayoristas; e-commerce; Hoteles y restaurantes y otros negocios de servicios de comidas; procesadores de productos de mar; delikatesen y otros negocios de delivery; Gobiernos municipales; Asociaciones cooperativas; pescadores; negocios de farming; pescaderías; estaciones experimentales; equipamiento y tecnología para barcos pesqueros.

Perfil de los expositores:

Pescado y mariscos; especialidades locales (asociaciones cooperativas); productos importados (empresas de negocios internacionales); alimentos congelados; enfriados, enlatados, ahumados, salados y procesados; nutrientes, materiales en bruto, aditivos y condimentos; tecnología de frío; equipamiento;/ procesamiento; industria del frío; distribución y empaque; Cocina; deshechos; pesquerías con granja; equipamiento para barcos pesqueros.

Eventos durante la feria:

También se llevan a cabo seminarios y conferencias sobre los programas HACCP. Se ofrecen más de 60 seminarios, con más de 150 reservaciones cada uno, con el fin de promover una comprensión mejor de la industria de los productos pesqueros y de facilitar intercambio de información.

Ferias paralelas que se efectúan dentro del Japan International Seafood & Tecnology Expo:

- SUSHI EXPO
- INTERNATIONAL AQUACULTURE TECNOLOGY EXPO
- FISH NEXT TECNOLOGY EXPO
- SANITATION MANAGEMENT PROMOTION CORNER
- MARIN ECO-LABEL EXPO CORNER



Otras ferias relacionadas al rubro pesquero:

- FOODEX JAPAN (1 vez al año)
- OSAKA: JAPAN INTERNATIONAL SEAFOOD & TECHNOLOGY EXPO, OSAKA (1 vez al año)
- KITAKYUSYU: INTERNATIONAL FOOD FAIR (cada 2 años).

Asociaciones relacionadas al sector pesquero:

- JAPAN FISH TRADERS ASSOCIATION <http://www.jfta-or.jp>
- JAPAN FROZEN FOODS INSPECTION CORPORATION <http://www.jffic.or.jp>
- JETRO JAPAN: <http://www.jetro.go.jp>
- Fisheries Agency <http://www.jfa.maff.go.jp/>