

## El mercado de aparatos de refrigeración y congelación en Japón

# El mercado de aparatos de refrigeración y congelación en Japón

Este estudio ha sido realizado por Alexis Cotillas López bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio

Julio del 2006

## **ÍNDICE**

<b>I. CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>II. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Clasificación arancelaria	5
<b>III. OFERTA</b>	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	6
3. Importaciones	7
<b>IV. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>8</b>
<b>V. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>10</b>
<b>VI. ANEXOS</b>	<b>11</b>
1. Ferias	11
2. Asociaciones	11

# I. CONCLUSIONES

El mercado de los aparatos de refrigeración y congelación en Japón está muy concentrado y monopolizado por 4 fabricantes específicos locales, los cuales acaparan más de un 95% de la cuota total de mercado. Además de estos fabricantes específicos, también participan en este mercado los fabricantes generales que comparten el canal de distribución.

En cuanto a la importación a este mercado por parte de empresas extranjeras, el volumen de mercado es relativamente pequeño. Dado que las 4 empresas mencionadas antes dominan el mercado y sus canales de distribución, una de las formas más habituales de entrada en este es buscar llegar a acuerdos con estas empresas para suministrarles productos que permitan completar la gama de la empresa japonesa, y así poder usar sus canales de distribución para la exportación. Otras formas de entrada son buscar acuerdos con distribuidores generales o con un importador.

## **II. DEFINICION DEL SECTOR**

### **1. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA**

Los productos que incluye esta nota sectorial pertenecen a las partida arancelaria 84.18.50.19, la cual se divide en 84.18.50.19 que incluye como muebles vitrina y muebles mostrador frigorífico, con grupo frigorífico o evaporador incorporado, para productos no congelados, 84.18.50.11 que incluye Muebles vitrina y muebles mostrador frigorífico, con grupo frigorífico o evaporador incorporado, para productos congelados, 84.18.50.91 que incluye Congeladores con grupo frigorífico o evaporador incorporado (exc. del tipo arcón cofre de capacidad  $\leq 800$  l; del tipo armario de capacidad  $\leq 900$  l; muebles vitrina y muebles mostrador frigorífico) y el 84.18.50.99 que incluye Muebles frigoríficos con grupo frigorífico o evaporador incorporado (exc. combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas; refrigeradores domésticos; muebles vitrina y muebles mostrador frigorífico; muebles congeladores).

# III. OFERTA

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

El volumen de mercado dentro de los fabricantes específicos locales en 2004 ascendió a 64.500 millones de yenes. Las unidades vendidas en su totalidad alcanzaron las 224.000 unidades de refrigeración y congelación.

Las previsiones realizadas para el 2010 apuntan a que este mercado continuará creciendo hasta alcanzar una facturación cercana a los 72.800 millones de yenes, con una venta en unidades del orden de 238.000 unidades

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

La producción local acapara más del 95% del mercado total de los aparatos de refrigeración y congelación para uso profesional. Este alto porcentaje del mercado esta en manos de 4 compañías japonesas, las cuales son Hoshizaki, Fukushima, Sanyo y Daiwa.

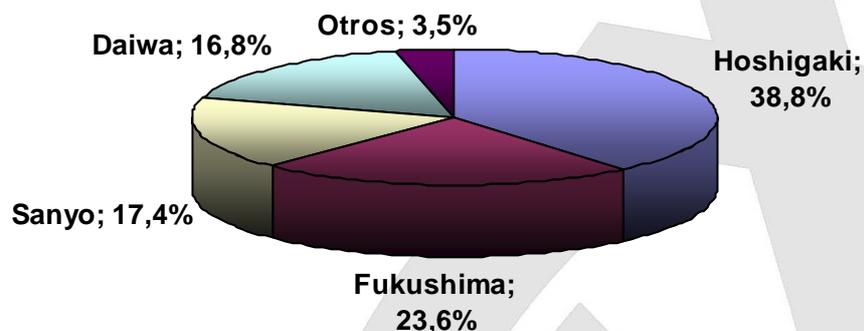
Nombre	Facturación (en mill. de yenes)	Porcentaje de mercado
Hoshizaki	25.000	38,8%
Fukushima	15.200	23,6%
Sanyo	11.200	17,4%
Daiwa	10.857	16,8%
Otros	2.243	3,5%
<b>Total</b>	<b>64.500</b>	<b>100%</b>

## EL MERCADO DE APARATOS DE REFRIGERACIÓN EN JAPÓN

---

**GRÁFICO 1. CUOTA DE MERCADO DE APARATOS DE REFRIGERACIÓN Y CONGELACIÓN EN JAPÓN.**

---



---

Fuente: Yano Keizai

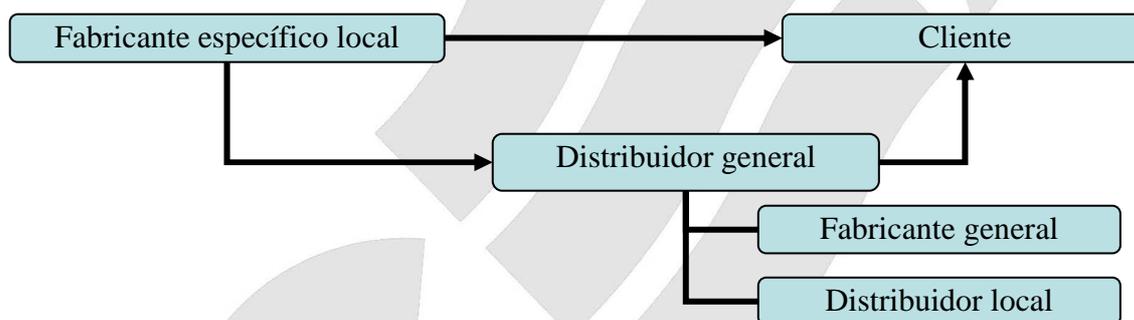
---

### 3. IMPORTACIONES

España exportó 67.400 euros en 2004 a Japón y 87.000 euros en 2005 de la partida arancelaria 84.18.50. La importación total de Japón alcanza una cifra total de 31,5 millones de dólares, ocupando España el puesto 14º en la lista de importadores por volumen de negocio. Aunque se debe tener en cuenta que casi la mitad del volumen total de importación proceden de China, con lo que se puede concluir que son las mismas empresas japonesas que dominan el mercado japonés las que importan los productos de su marca fabricados en China para abaratar los costes, y no empresas extranjeras exportando como tal a Japón.

## IV. DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución en Japón funciona de la siguiente forma:



El fabricante específico local tiene dos posibles formas de venta de sus productos, venta directa al consumidor final, o venta a un distribuidor general del sector hostelero, adquiriendo este último los productos del fabricante específico local como parte de su propia gama, y por tanto vendiéndolos bajo sus canales de distribución. Los distribuidores generales del sector pueden ser fabricantes generales que buscan completar su gama o distribuidores locales que no fabrican el equipo ellos mismos.

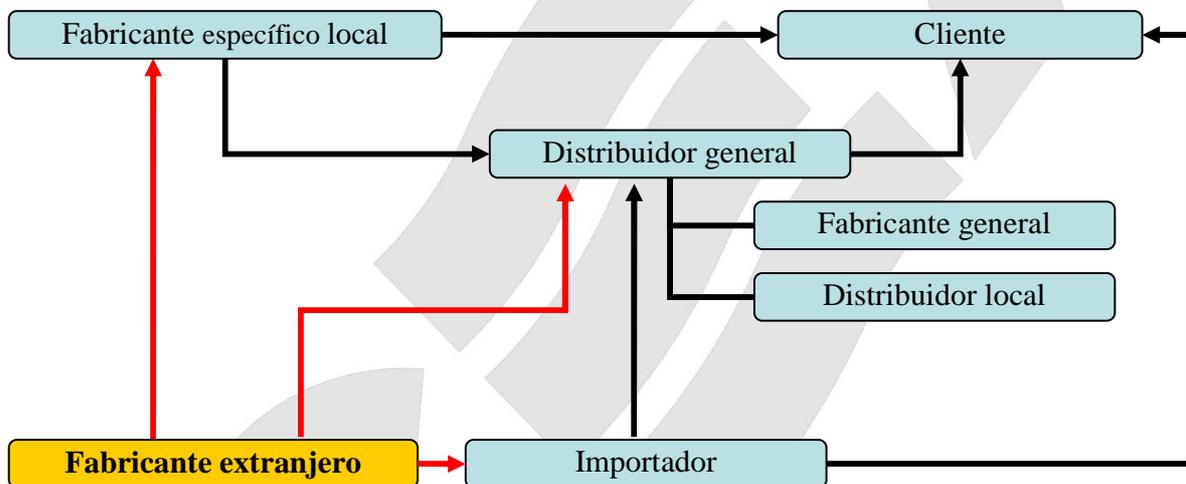
Para la exportación de los aparatos de refrigeración españoles, dada la concentración de este mercado, y el monopolio de un reducido número de empresas las empresas, existen 3 formas posibles de entrada:

- A través de un fabricante específico local: Una posible vía de distribución para los productos españoles consiste en llegar a un acuerdo con los fabricantes específicos

## EL MERCADO DE APARATOS DE REFRIGERACIÓN EN JAPÓN

del sector, y realizar la exportación en base a completar la gama de productos de la empresa japonesa, y de esa forma poder usar el canal de distribución de dicha empresa para la venta.

- A través de un distribuidor general: Otra posible vía de distribución consiste en realizar un acuerdo con los distribuidores generales del sector, y realizar la exportación en base a completar la gama de productos del distribuidor japonés y así poder usar su canal de distribución.
- A través de un importador: La tercera vía de exportación consiste en contactar con un importador japonés, el cual se encargaría de contactar distribuidores generales del sector, o incluso a los clientes finales según lo crea conveniente.



Es importante entrar con un socio local, dado que ellos pueden proporcionar ayuda a la empresa española para realizar un buen servicio post-venta, cuya existencia y buen funcionamiento es indispensable en el mercado japonés.

Otras formas de entrada a este mercado no son aconsejables, dado la concentración del mismo. La entrada al mercado japonés es muy difícil a menos que se realice con un socio local. En este sentido, tan solo un fabricante británico ha intentado entrar en el mercado por sí mismo abriendo oficinas de representación, aunque acabaron por retirarse del mercado, dada la dificultad para competir con los fabricantes locales.

# V • CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Existen dos principales diferencias entre las condiciones para las cuales se preparan los aparatos de refrigeración y congelación en España y en Japón que deben ser tenidas en cuenta por parte de los fabricantes que decidan abordar el mercado japonés, pues deben realizar una serie de adaptaciones para ellos. Estas diferencias son dos principalmente:

- Funcionamiento del condensador: habitualmente, en los aparatos europeos, el condensador de un aparato refrigerador se activa cuando la diferencia de temperatura alcanza los  $\pm 2^\circ \text{C}$ . de la temperatura establecida. En el caso de Japón, debido al tipo de productos alimenticios que utilizan, con más consumo más elevado de pescado, el cual tiene menos tolerancia a los cambios de temperatura, los clientes exigen que tenga una mayor sensibilidad, debiéndose activarse el condensador cuando la temperatura alcanza una diferencia de  $\pm 0.5\%^\circ \text{C}$ .
- Humedad: Dado que la humedad de Japón es muy elevada por lo general, siendo superior a la media del territorio español, la mecánica de los aparatos sufre más de lo habitual. Esto es necesario que sea tenido en cuenta por los fabricantes, para que las medidas necesarias sean tomadas y evitar así el malfuncionamiento de la mecánica.

# VI. . ANEXOS

## 1. FERIAS

- FOOMA: International Food Machinery and Technology Exhibition (<http://www.fooma.or.jp/fooma2005eng/index.html>)
- MOBAC: Machinery, materials, marketing of bakery and confectionary show. [http://www.mobacshow.com/index\\_eng.html](http://www.mobacshow.com/index_eng.html)
- HOTERES: Japan food service equipment show. <http://www.jma.or.jp/hcj/en/index.html>

## 2. ASOCIACIONES

- JFMA: The Japan Food Machinery Manufacturers' Association  
Fooma Building, 3-19-20 Shibaura, Minato-ku  
Tokyo  
Japan-1080023  
**Phone:** +(81)-(3)-54840981  
**Fax:** +(81)-(3)-54840989
- JBCM: Japan Bakery and Confectionery Machinery Manufacturers' Association.  
East Building nº 3, 1 ban-chi Kanda Hirakawa-cho, Chiyoda-ku,  
Tokyo,  
Japan  
**TEL:** 03-3862-8478  
**FAX:** 03-3862-8470  
E-mail: [mobac@jbcm.or.jp](mailto:mobac@jbcm.or.jp)  
<http://www.jbcm.or.jp/jbframee.html>