XUNTA DE GALICIA

NOTA SECTORIAL

El mercado de verduras y frutas congeladas en Japón.

Antena del IGAPE en Japón

Autor: Masahiro Masuda, Director de la Antena del IGAPE en Japón
Fecha: 25/4/2025

ÍNDICE

1. Resumen ejecutivo 2

2. Tendencias en el mercado de verduras congeladas en los últimos 10 años .. 3

2.1 Crecimiento del mercado y factores clave 3

2.2 Cambios en la participación de diferentes tipos de verduras 3

2.3 Cambios en los canales de compra 5

3. Perfil de los compradores de verduras congeladas 6

3.1 Cambios en los hábitos alimenticios y aumento de la conveniencia. 6

3.2 Mejoras en la calidad gracias a la innovación tecnológica. 6

3.3 Contribución a la reducción del desperdicio alimentario y a la sostenibilidad. 6

3.4 Mayor demanda en la industria de la restauración y comidas preparadas. 6

3.5 Enfoque en la salud y la nutrición. 7

4. Importación de verduras congeladas por país de origen 8

5. Importación de verduras congeladas desde España 10

6. Importación de frutas congeladas por país de origen 11

7. Conclusiones: Oportunidades de negocio para Galicia 13

8.1 Exportaciones de verduras y frutas .....エラー! ブックマークが定義されていません。

8.2 Nuevos cultivos agrícolas .....エラー! ブックマークが定義されていません。

8.3 Alternativas a la exportación de productos agrícolas frescos y congelados. ...エラー! ブックマークが定義されていません。

1. Resumen ejecutivo

En 2023 Japón importó 9,05 billones de yenes (55 mil millones de euros) en productos agro-alimentarios.

Históricamente, China ha sido el principal país proveedor de verduras frescas a Japón, tanto en volumen como en valor. Le siguen EE. UU. y otros países de Asia-Pacífico, mientras que los países europeos tienen una presencia relativamente menor.

Por otro lado, se ha registrado un **aumento significativo en la importación de verduras congeladas en los últimos años**, y se prevé que esta tendencia continúe en el futuro.

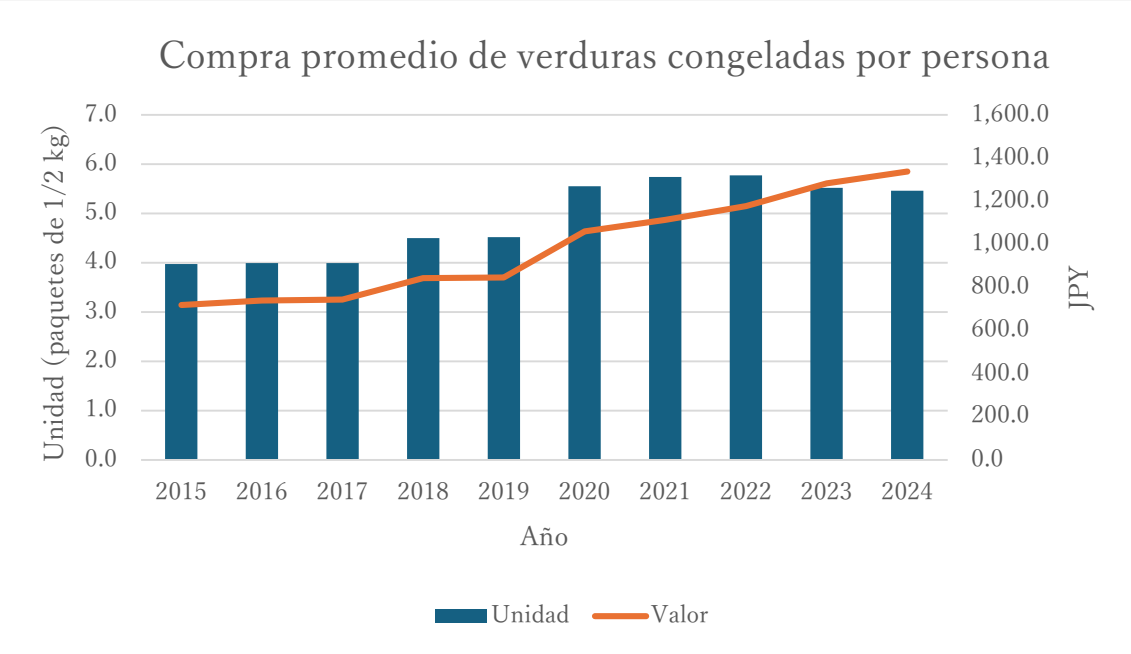
Esto se debe al cambio en los hábitos alimenticios, al aumento de la conveniencia, a las mejoras en la calidad gracias a la innovación tecnológica, la contribución a la reducción del desperdicio alimentario y a la sostenibilidad, a la mayor demanda en la industria de la restauración y comidas preparadas, y al enfoque en la salud y la nutrición. Además, el incremento de precios en las verduras frescas conlleva que más consumidores opten por alternativas congeladas.

Este informe analiza los cambios en el tamaño del mercado, la participación de cada tipo de verdura y fruta, y el perfil de los compradores en los últimos diez años, con el fin de proporcionar un nicho de oportunidades para las empresas gallegas.

2. Tendencias en el mercado de verduras congeladas en los últimos 10 años

2.1 Crecimiento del mercado y factores clave

Desde 2015 hasta 2024, el mercado de verduras congeladas ha experimentado un notable crecimiento.



Fuente: Elaborado por La Manga Corporation con los datos de Macromill.

En 2020, con la llegada de la pandemia, el valor de mercado de las verduras congeladas se disparó debido a la depreciación del yen, causada principalmente por los tipos de interés bajos, la política monetaria de tipos negativos y compra de deuda pública, el déficit comercial y la intervención limitada del Gobierno japonés. Por lo tanto, desde finales de 2022, el aumento del valor de mercado de las verduras congeladas se ha visto influido por la inflación soportada por los productos importados.

Aunque la demanda bajó ligeramente a partir de 2022 debido a una mayor tasa de crecimiento negativa de la población, en 2024 el volumen de compra sigue siendo un 37% mayor que en 2015 y el gasto en verduras congeladas ha aumentado un 86% respecto a 2015.

2.2 Cambios en la participación de diferentes tipos de verduras

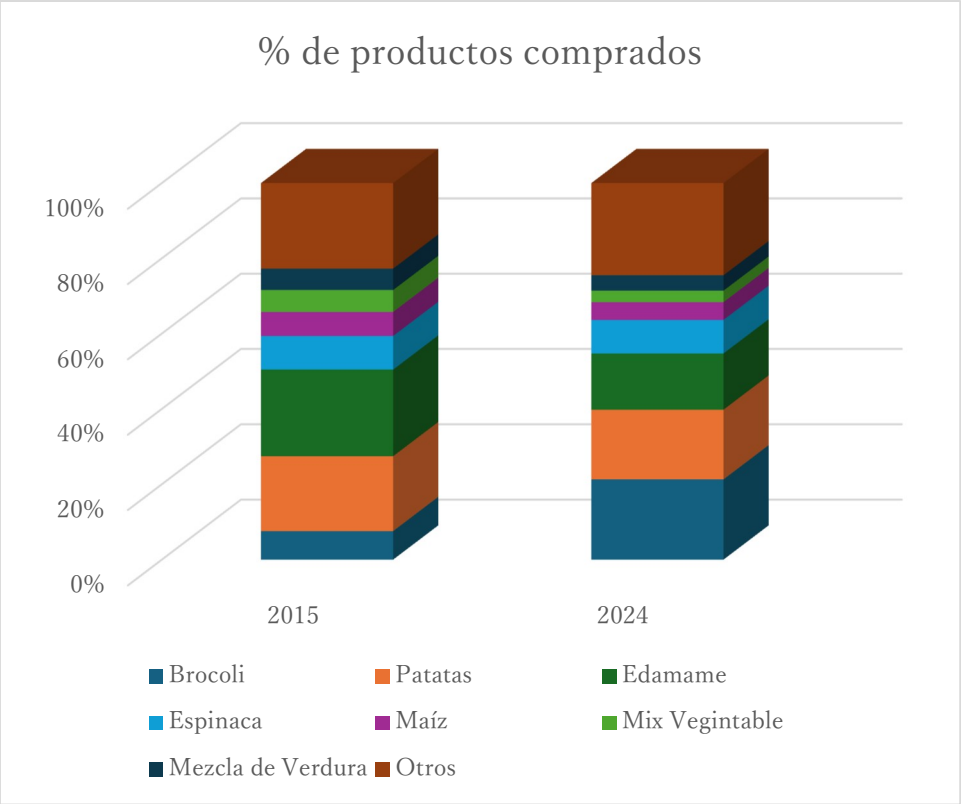
Al analizar la cuota de mercado de cada tipo de verdura congelada en los últimos 10 años, se observan tendencias interesantes:

- En 2015, los productos más populares eran edamame (vainas de soja) y patatas congeladas, utilizados principalmente como aperitivos o snacks.

- Desde 2018, el brócoli ha ganado protagonismo, convirtiéndose en el producto con mayor volumen de compra en 2024.

- Las espinacas también han mantenido una tendencia ascendente y, junto con el brócoli, es la única verdura cuya cuota de mercado no ha disminuido desde 2015.

El auge del brócoli y las espinacas sugiere que las verduras congeladas ya no se perciben solo como acompañamientos o snacks, sino como ingredientes esenciales para cocinar.



Fuente: Elaborado por La Manga Corporation con los datos de Macromill.

Por otro lado, el consumo de edamame ha disminuido desde 2021. Esto coincide con la reducción en el consumo de cerveza en Japón. Tradicionalmente, el edamame ha sido una tapa de acompañamiento de la cerveza en los bares japoneses. Este producto está estrechamente relacionado con los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas, los cuales se encuentran en una tendencia bajista.

2.3 Cambios en los canales de compra

En los últimos 10 años, también ha cambiado la manera en que los consumidores adquieren verduras congeladas.

En 2015, las ventas de verdura puerta a puerta y las compras agrupadas en los vecindarios que tradicionalmente se hacían en forma cooperativa de consumidores, representaban el 22.4% del mercado. En 2024, esta cifra ha bajado al 11.6%.

En contraste, los supermercados han aumentado su cuota del 65% en 2015 al 70% en 2024.

Las farmacias (que en Japón poco a poco se han ido convirtiendo en pequeños supermercados que también comercializan alimentos) y las tiendas de conveniencia también han duplicado su cuota de mercado, pasando del 4.7% al 9.7%.

Este cambio indica que las verduras congeladas se han vuelto más accesibles y que los consumidores las compran con más frecuencia en tiendas físicas.

3. Perfil de los compradores de verduras congeladas

3.1 Cambios en los hábitos alimenticios y aumento de la conveniencia.

Con el aumento de hogares con ambos cónyuges trabajando y personas que viven solas, crece la necesidad de reducir el tiempo dedicado en la cocina. Las verduras congeladas, al venir ya preparadas, pueden utilizarse de inmediato, lo que ayuda a ahorrar tiempo. Todos los segmentos de consumidores han incrementado su gasto en verduras congeladas por lo que se trata de un producto que ha ganado aceptación en diferentes estilos de vida.

Los productos congelados pueden conservarse durante más tiempo, lo que facilita su gestión en comparación con las verduras frescas. Además, se pueden usar solo las cantidades necesarias, lo cual es económico y ayuda a reducir el desperdicio de alimentos.

3.2 Mejoras en la calidad gracias a la innovación tecnológica.

Los avances en la tecnología de congelación rápida permiten mantener el valor nutricional y la frescura de los vegetales justo después de su cosecha.

A los vegetales congelados clásicos, como espinacas y brócoli, se suman ahora mezclas funcionales, opciones con condimentos o salsas, listas para usar y ahorrar tiempo, lo que amplía la oferta y aumenta la demanda.

3.3 Contribución a la reducción del desperdicio alimentario y a la sostenibilidad.

Al ser procesadas y congeladas rápidamente después de la cosecha, se reduce el descarte durante la distribución. También en los hogares, se utiliza solo lo necesario, disminuyendo el desperdicio.

A diferencia de los productos frescos, que pueden verse afectados por condiciones climáticas, las verduras congeladas ofrecen un suministro más estable y económico, lo cual será cada vez más valorado en un contexto de cambio climático y sostenibilidad.

3.4 Mayor demanda en la industria de la restauración y comidas preparadas.

En restaurantes y comedores colectivos, donde la escasez de personal y la reducción de costes son preocupaciones constantes, las verduras congeladas ayudan a simplificar los procesos de cocina.

Incluso cuando se compran en grandes cantidades, la calidad es constante y fácil de gestionar, reduciendo las perdidas por deterior durante la distribución.

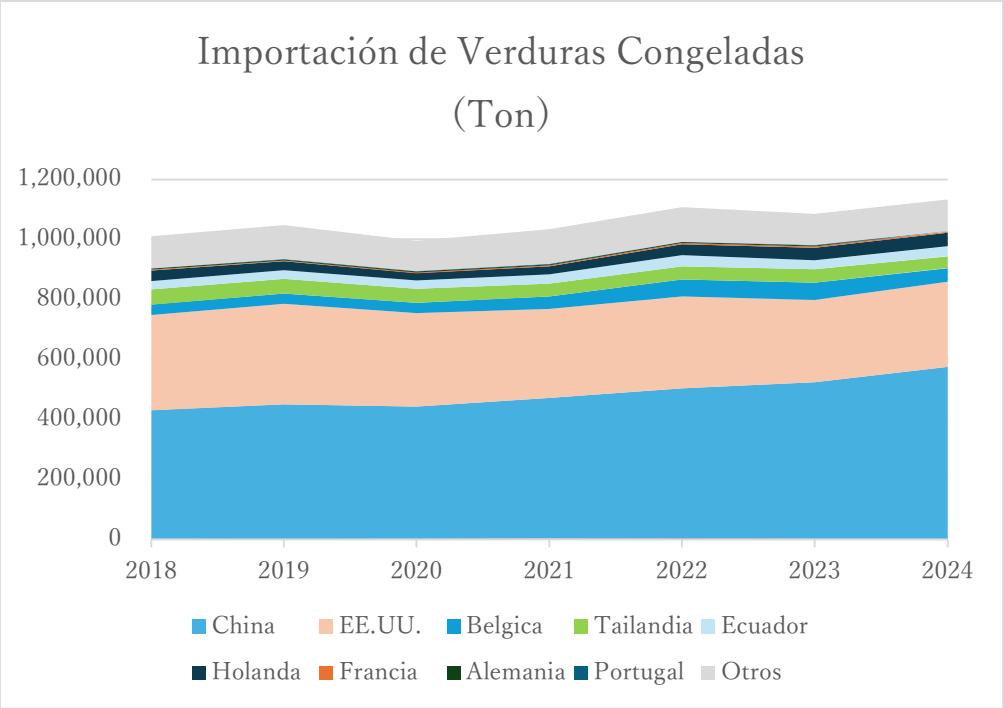
3.5 Enfoque en la salud y la nutrición.

En una sociedad cada vez más orientada a la salud, como es la japonesa, las verduras congeladas se presentan como una solución práctica para consumir vegetales de manera sencilla, mejorando el equilibrio alimenticio incluso cuando se dispone de poco tiempo.

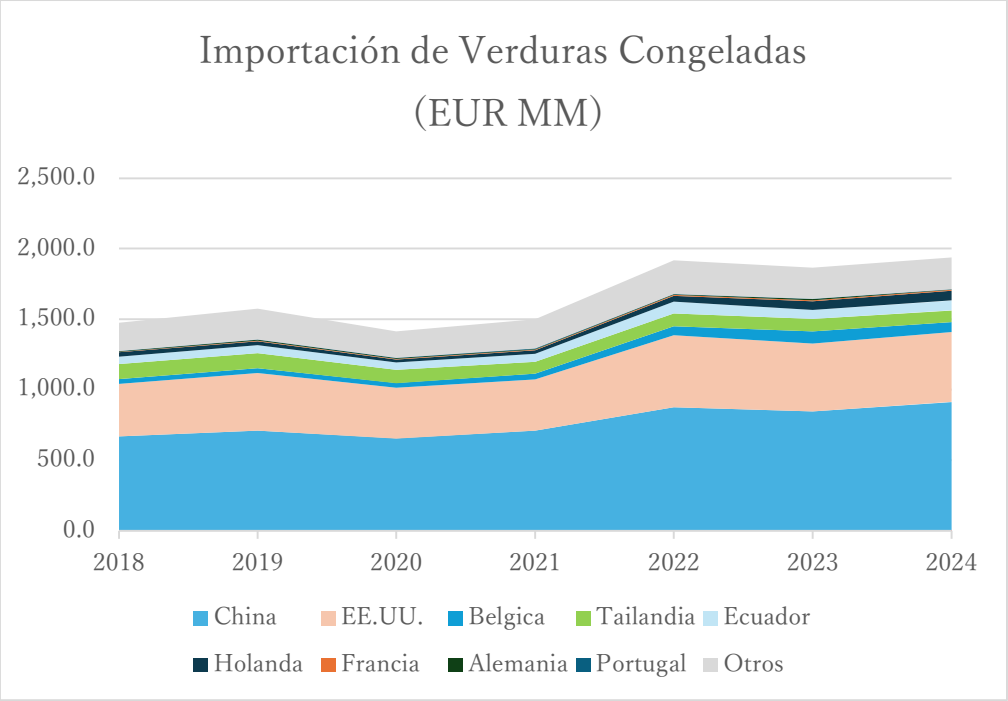
Las verduras y frutas congeladas se usan como ingredientes en la alimentación infantil, esto sugiere que las familias buscan opciones prácticas y saludables para alimentar a sus hijos.

4. Importación de verduras congeladas por país de origen

Las importaciones de verduras congeladas en Japón están dominadas por China y Estados Unidos, que en conjunto representan aproximadamente el 75 %. Exceptuando la patata (importada de Bélgica y los Países Bajos), la presencia de Europa es escasa. La tendencia muestra un aumento gradual en las importaciones, incluso antes y después de la pandemia de COVID-19. En la tabla comparativa entre países, la cantidad procedente de España es tan reducida que resulta difícil de identificar, por lo que se presenta en un gráfico separado.



Fuente: elaborado por La Manga Corporation a partir de datos del Ministerio de Finanzas.



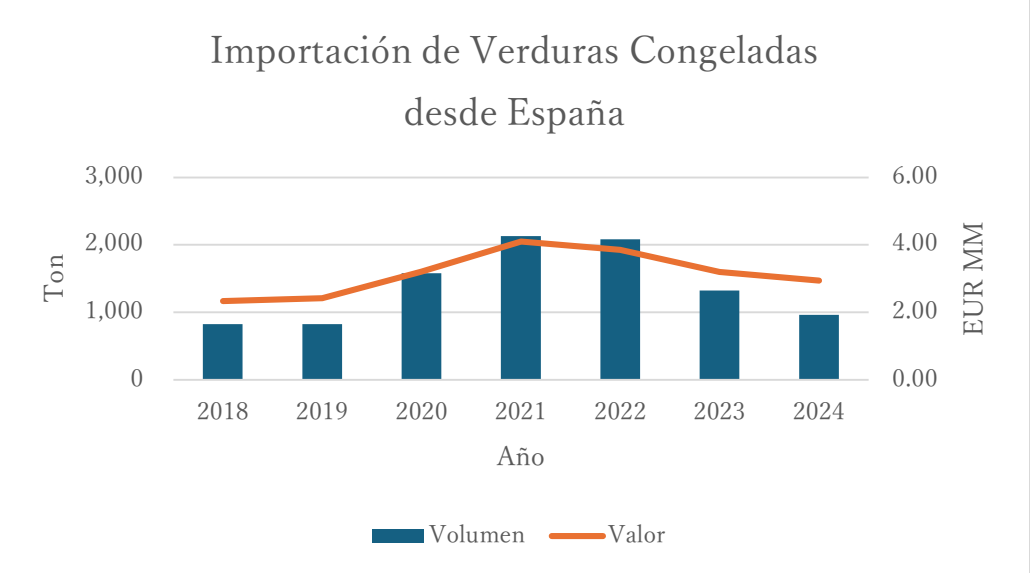
Fuente: elaborado por La Manga Corporation a partir de datos del Ministerio de Finanzas (precios convertidos según el tipo de cambio vigente en el último día de cada año).

5. Importación de verduras congeladas desde España

Entre 2020 y 2021, cuando finalizó la crisis del COVID-19, el volumen aumentó de forma considerable; aunque se estabilizó entre 2023 y 2024, debido a la apreciación del euro durante ese período.

Lamentablemente, solo se han podido obtener datos detallados por producto correspondientes a los años 2017 y 2023, por lo que se han añadido esos desgloses.

Al comparar ambos años, se observa que la espinaca, que era el producto principal en 2017, ha desaparecido, y ha sido sustituida por el brócoli como producto predominante. Además, incluso sin contar el aumento del tipo de cambio (aproximadamente un 16 %), se nota un alza significativa en los precios del brócoli y del maíz, lo que ha contribuido al incremento del valor total de las importaciones.



Fuente: elaborado por La Manga Corporation a partir de datos del Ministerio de Finanzas.

Productos importados desde España, 2023								(Ton, EUR Mil)	
	Guisantes	Judias	Espinaca	Maíz	Brocoli	Mezclado	Otros	Total	157.12
Volumen	7	74	0	27	388	51	775	1,322	JPY/EUR
Valor	13	115	0	57	617	83	2,310	3,195	(dic 2023)
Valor/Ton	1.82	1.55	--	2.12	1.59	1.62	2.98	2.42	
Productos importados desde España, 2017								(Ton, EUR Mil)	
	Guisantes	Judias	Espinaca	Maíz	Brocoli	Mezclado	Otros	Total	134.94
Volumen	13	4	96	37	76	1	620	847	JPY/EUR
Valor	22	7	133	67	74	0	2,001	2,305	(dic 2017)
Valor/Ton	1.71	1.85	--	1.80	0.98	0.00	3.23	2.72	

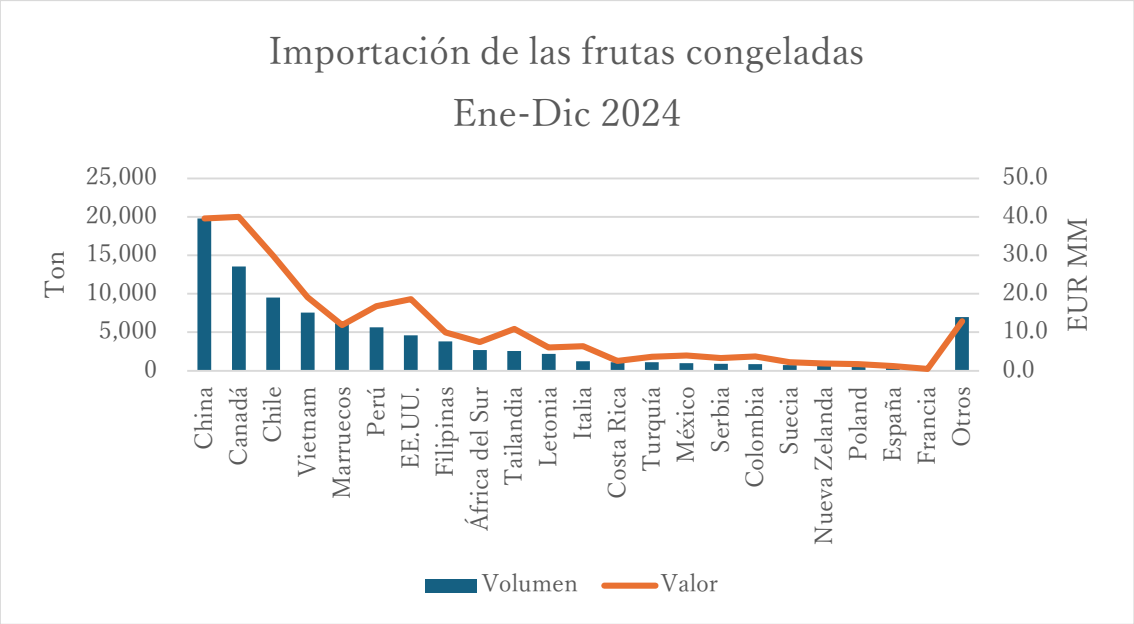
+18%
+63%
+16%

Fuente: Japan Frozen Food Association.

6. Importación de frutas congeladas por país de origen

Al igual que sucede con las verduras, se espera que la demanda de frutas congeladas aumente debido a cambios en el estilo de vida y al creciente interés por la salud. En este contexto, se considera que incluso los países europeos, a pesar de su lejanía, podrían representar un mercado con potencial para productos de alto valor como los frutos del bosque.

En cuanto a las frutas congeladas, China sigue siendo claramente el actor más dominante; aunque países del continente americano como Canadá o Chile compiten en cierta medida.



Fuente: elaborado por La Manga Corporation a partir de datos del Ministerio de Finanzas.

En cuanto a volumen de importación (toneladas) según la variedad de frutas, China ocupa una posición claramente dominante en la categoría de fresas, y en términos generales supera al resto de los países. Por otra parte, Canadá también destaca significativamente en la categoría de frutos del bosque sobre los demás países.

(Ton)	China	Canada	Chile	Vietnam	Marruecos	Perú	EE.UU.	Italia	Suecia	España
Fruto del bosque	32	13,506	4,300	0	779	315	2,719	13	723	1
Fresas	10,886	5	3,730	0	5,088	1,899	1,666	76	0	133
Melcoton, Pera	3,817	0	65	0	0	0	141	0	0	0
Cerezas	0	0	0	0	0	0	12	0	0	0
Aguacate, Mango, Papaya, etc	1,029	0	0	4,820	0	3,410	0	0	0	0
Piñas	69	0	0	537	0	24	0	0	0	0
Otros	3,966	23	1,419	2,210	316	1	42	1,138	0	230
Total	19,799	13,533	9,513	7,567	6,183	5,649	4,580	1,228	723	364

Fuente: elaborado por La Manga Corporation a partir de datos del Ministerio de Finanzas.

En términos de valor monetario total, debido al impacto de los frutos del bosque, Canadá supera a China en el total. Además, Chile y Estados Unidos, a pesar de manejar volúmenes de comercio relativamente menores, alcanzan montos económicos considerablemente altos, al igual que ocurre con Vietnam y Perú en la variedad de aguacate, mango, papaya, etc.

(EUR MM)	China	Canada	Chile	Vietnam	Marruecos	Perú	EE.UU.	Italia	Suecia	España
Fruto del bosque	0,1	39,9	15,2	0,0	1,8	1,1	11,0	0,0	2,2	0,0
Fresas	20,8	0,0	10,7	0,0	9,3	4,0	7,0	0,2	0,0	0,2
Melcoton, Pera	6,8	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0
Cerezas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Aguacate, Mango, Papaya, etc	1,8	0,0	0,0	13,3	0,0	11,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Piñas	0,2	0,0	0,0	1,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros	10,0	0,2	3,7	4,6	0,7	0,0	0,1	6,1	0,0	0,9
Total	39,6	40,0	29,8	19,1	11,9	16,7	18,6	6,4	2,2	1,2

Fuente: elaborado por La Manga Corporation a partir de datos del Ministerio de Finanzas.

Al calcular el precio medio a partir del valor total, China registra un promedio de 2.000 €/tonelada, mientras que Canadá alcanza los 3.000 €/tonelada y Chile los 3.100 €/tonelada. Esta diferencia se debe principalmente al elevado precio de los frutos del bosque, aunque existen notables variaciones de precio dentro de la misma categoría de producto. Pero son Italia y EE. UU. los países que realizan las transacciones a precios relativamente más altos, a 5.200E/tonelada y 4.100€/tonelada respectivamente.

(EUR MM / Ton)	China	Canada	Chile	Vietnam	Marruecos	Perú	EE.UU.	Italia	Suecia	España
Fruto del bosque	2,3	3,0	3,5	-	2,3	3,5	4,0	3,8	3,0	2,8
Fresas	1,9	5,1	2,9	-	1,8	2,1	4,2	2,6	-	1,9
Melcoton, Pera	1,8	-	4,0	-	-	-	3,6	-	-	-
Cerezas	-	-	-	-	-	-	2,0	-	-	-
Aguacate, Mango, Papaya, etc	1,7	-	-	2,8	-	3,4	-	-	-	-
Piñas	2,2			2,1	-	2,7	-	-	-	-
Otros	2,5	6,7	2,6	2,1	2,3	3,6	2,4	5,4		3,9
Total	2,0	3,0	3,1	2,5	1,9	3,0	4,1	5,2	3,0	3,2

Fuente: elaborado por La Manga Corporation a partir de datos del Ministerio de Finanzas.

7. Conclusiones: Oportunidades de negocio

Japón es uno de los mayores importadores de alimentos del mundo, junto con EEUU, China y Rusia, tiene una elevada demanda de productos agroalimentarios, incluyendo frutas y verduras congeladas.

Algunas regiones de España destacan por su volumen de producción de frutas y verduras siendo, en su conjunto, el mayor productor de Europa junto con Italia, Países Bajos, Polonia y Francia. Las frutas y verduras europeas son reconocidas por su alta calidad y prestigio en el mercado global.

Además, obtener certificaciones y cumplir con normativas internacionales es crucial para acceder al mercado japonés, el cual exige garantizar la calidad y seguridad de los productos agrícolas.

- La certificación **G.A.P** de Buenas Prácticas Agrícolas es reconocida mundialmente y asegura que los productos se cultivan de manera segura y sostenible.
- Las certificaciones privadas de calidad y seguridad alimentaria **BRC e IFS** se centran en los procesos de elaboración, manipulación, transformación, envasado y etiquetado de alimentos.
- La certificación de **Agricultura Ecológica** garantiza que los productos se cultivan sin el uso de pesticidas y fertilizantes químicos.
- Las Denominaciones de Origen Protegidas (**DOP**) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (**IGP**) certifican la calidad y el origen de los productos, lo que puede aumentar su valor en el mercado.
- La certificación Japan Agricultural Standards (**JAS**) es obligatoria para comercializar y exportar productos orgánicos en Japón. Esta certificación se aplica a productos agrícolas, ganaderos, y procesados para humanos y animales.

Empresas españolas y, concretamente, gallegas cuentan con tecnologías innovadoras para el proceso de congelación, con la que consiguen garantizar el valor nutricional y la frescura de los productos. Por lo tanto, cubren la principal preocupación de la población japonesa en cuanto a cuidado de la salud y la nutrición, además de la creciente preocupación por el desperdicio de alimentos y la sostenibilidad.

Es importante realizar una comprensión profunda del mercado japonés y ofrecer verduras y frutas congeladas adaptadas a los gustos de la población japonesa, o nuevos productos cuya demanda esté en auge debido al valor nutricional de estas pero su volumen de oferta sea pequeño.

En Galicia, los cultivos de **kiwi, cítricos, frutos rojos, aguacate, castaña y patata** están ganando popularidad debido a sus beneficios económicos y adaptabilidad al clima local. Estos productos son muy populares en Japón, por lo que puede ser un nicho de mercado interesante.

El **kiwi** se cultiva ampliamente en Galicia, especialmente en la provincia de Pontevedra, ya que ofrece un clima similar al de Nueva Zelanda, lo que facilita su cultivo. Las plantaciones han logrado aumentar su producción en un 30% en los últimos años gracias a prácticas más sostenibles.

El consumo de kiwi en Japón ha mostrado una tendencia positiva en los últimos años debido a sus beneficios para la salud, como su alto contenido de vitamina C y fibra. El formato de exportación podría ser cortado en dados, envasado y congelado.

En las Rías Baixas, el cultivo de **cítricos** como limones y naranjas está demostrando ser exitoso.

El consumo de naranjas, mandarinas y limones en Japón ha mostrado algunas tendencias interesantes gracias a su versatilidad en la cocina y su capacidad para realzar sabores. El formato de exportación de los cítricos podría ser cortado y congelado.

Además, **frutos rojos** como los arándanos, principalmente, las frambuesas y las moras están ganando terreno.

El cultivo de arándanos ha crecido exponencialmente en Galicia, zona ideal para su cultivo debido al clima y a los suelos ácidos. La mayor plantación de arándanos del norte de España se encuentra en Cerdido, A Coruña.

El consumo de arándanos en Japón ha crecido significativamente en los últimos años. Japón es el tercer país importador de arándanos en volumen y valor a nivel mundial, principalmente de Canadá. La demanda de arándanos es alta debido a sus beneficios para la salud, como su alto contenido de antioxidantes y efectos antienvejecimiento.

En Japón, el consumo de frutos rojos como las frambuesas y las moras ha mostrado un crecimiento notable en los últimos años debido a su alto contenido en antioxidantes y su versatilidad en la industria alimentaria. La mayoría de los frutos rojos consumidos en Japón son importados, y Chile es uno de los principales proveedores. La alternativa podría ser el envasado y congelado de este producto para su exportación a Japón.

El cultivo de **aguacate** es un cultivo emergente en Galicia, pero está ganando terreno.

El consumo de aguacate en Japón ha crecido notablemente en los últimos años. La mayoría del aguacate consumido en Japón proviene de México, que suministra aproximadamente el 90% del total. El aguacate es popular en Japón debido a sus beneficios para la salud y su versatilidad en la cocina. El formato de exportación podría ser cortado en dados, envasado y congelado.

El cultivo de **castañas** también está en auge.

El consumo de castañas en Japón es bastante significativo y tiene una larga tradición en la cultura y gastronomía japonesa. Las castañas se utilizan en una variedad de platos y postres, especialmente durante el otoño. Japón tiene producción de castañas, aunque importa una cantidad considerable, principalmente de China. Este producto podría exportarse pelado, envasado y congelado.

El cultivo de **patata** en Galicia es una actividad agrícola muy extendida y de gran importancia económica y cultural.

El consumo de patatas en Japón es significativo y ha mostrado algunas tendencias interesantes en los últimos años. Japón produce una cantidad considerable de patatas, pero también depende de las importaciones para satisfacer la demanda interna. El formato de exportación podría ser cortada, envasada y congelada.

En resumen, existe una oportunidad de negocio en Japón para la exportación de frutas y verduras congeladas. España y Galicia cuentan con la experiencia en exportación de este producto, el prestigio de calidad europeo, la innovación tecnológica del proceso de congelación y la posibilidad de adaptar este producto al mercado japonés o de introducir nuevos productos con alto valor nutricional. Por lo tanto, se cuenta con una serie de ventajas competitivas para introducirse y/o ganar cuota de mercado frente a los actuales exportadores que dispone Japón.

FUENTES

1. **Aduanas de Japón**. Página web oficial.
   https://www.customs.go.jp/english/index.htm

2. **Agencia Tributaria Española**. Base de datos de comercio exterior.
   https://www.agenciatributaria.es/

3. **Cámara de Comercio de España**. Estadísticas de comercio exterior.
   http://aduanas.camaras.org/

4. **FAOSTAT**. Base de datos estadísticos de la FAO.
   http://www.fao.org/faostat/en/#data

5. **FEPEX** – Federación española de asociaciones de productores y exportadores de frutas, hortalizas, flores y plantas.
   https://www.fepex.es/inicio.aspx

6. **Instituto Nacional de Investigación sobre Población y Seguridad Social de Japón**. Proyecciones demográficas.
   https://www.ipss.go.jp/

7. **Japan Frozen Food Association**. Promoción consumo productos congelados.
   https://www.reishokukyo.or.jp/frozen-foods/

8. **Macromill**. Empresa de estudios estadísticos.
   https://www.macromill.com/

9. **Ministerio de Economía, Comercio y Empresa**. Informe mensual de Comercio Exterior.
   https://comercio.gob.es/importacionexportacion/informes_estadisticas/paginas/informes-periodicos.aspx

10. **Ministerio de Finanzas de Japón**. Página web oficial.
    https://www.mof.go.jp/english/index.htm

11. **FOODEX 2026**. Página web oficial.
    https://www.jma.or.jp/foodex/en/