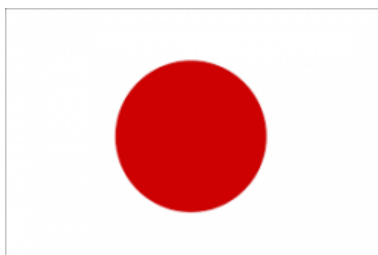


Informe de País Japón 2018



“Una manera de hacer Europa”
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

ÍNDICE

■ MAPA DE JAPÓN	3
■ ANOTACIONES GENERALES	4
■ PERFIL SOCIOECONÓMICO Y EMPRESARIAL	5
• Entorno empresarial	6
• Estrategias de negociación	6
• Normas de protocolo	8
• Aspectos económicos	12
• Accesibilidad del mercado	13
• Perfil demográfico	21
• Perfil geográfico	21
• Perfil económico	21
■ INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA Y PRÁCTICA	22
• Información complementaria	23
• Información práctica	25
• Webs de interés	28
• Direcciones de organismos	28
• Fuentes documentales	30

"Este documento y todos sus contenidos son de uso público. Puede usarse parcialmente o en su totalidad. Se agradecerá que se cite el INFO como fuente de la información usada. Modo de citación: FUENTE: Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO)".

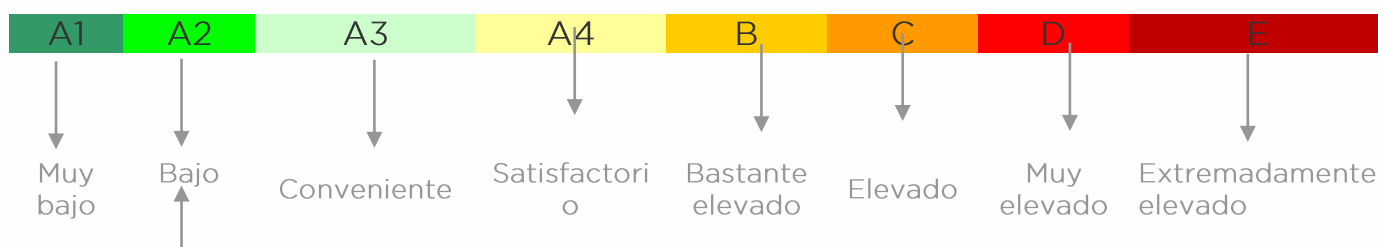
MAPA DE JAPÓN



ANOTACIONES GENERALES

- 4ª economía más grande del mundo en términos de PIB.
- 5º mayor importador y 4º exportador mundial.
- Crecimiento económico del 1,1% en 2015 y del 1% en 2016 y previsión de crecimiento del 1,5% en 2017 (datos provisionales).
- Las empresas españolas han sabido aprovechar las oportunidades de negocio en los sectores de bienes de consumo, hábitat, calzado y moda textil, así como en los productos agroalimentarios (cárnicos –sobre todo porcino-, vino, aceite de oliva, pescado). La calidad de los productos españoles hace que todavía exista un amplio margen de mejora, a pesar de las barreras de acceso al mercado.
- El análisis de las importaciones de mercancías por países permite destacar como principales proveedores a China, EEUU, Australia y Corea. España ocupa la trigésima posición.
- Japón se encuentra en la 10ª posición de la tabla de población, compuesta por 240 países.
- La escasez de recursos naturales del país y su alta dependencia de las exportaciones sitúa a la economía japonesa en una posición muy dependiente del dinamismo económico mundial.
- Japón forma parte de las principales organizaciones internacionales de ámbito económico-financiero. Es miembro de la OCDE, del Club de París, del G-7, G-8 y G-20
- En cuanto a la clasificación riesgo país de COFACE, Japón se encuentra en el nivel A2.

EVALUACIÓN RIESGO PAÍS



Perfil socioeconómico y empresarial

ENTORNO EMPRESARIAL

- o La sociedad japonesa está muy orientada al consumo. El mercado se divide entre bienes de alta calidad y elevado precio, y bienes de calidad media y precio moderado.
- o El comprador japonés es muy nacionalista y, por otra parte, en Japón se encuentran todos los productos y marcas de prestigio mundial. Para tener éxito es necesario ofrecer un producto con algún valor añadido, preferentemente algo novedoso y que esté adaptado a los gustos locales.
- o La población y la actividad económica se concentran en dos áreas: Kanto (Tokio) y Kansai (Osaka).
- o Gran parte de los negocios con el exterior se realiza a través de las Sogo Shoshas (grandes compañías de trading), aunque también existe un buen número de pymes importadoras y distribuidoras. Las trading tienen oficinas de compra en las principales capitales del mundo.
- o Para negocios de envergadura es aconsejable contactar con los llamados keiretsus, grandes grupos industriales que abarcan diversos sectores productivos y tienen como matriz a un gran banco.

ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

- o El uso del tiempo es absolutamente rígido. Las reuniones empiezan y terminan exactamente a la hora prevista. Aunque no se haya terminado de discutir un tema la reunión finaliza igualmente, debido a que los ejecutivos japoneses suelen tener una agenda de trabajo muy completa y planificada.
- o En cada reunión solamente se discuten los asuntos que se han acordado en la agenda establecida con anterioridad. No cabe la improvisación, ni la flexibilidad en los temas a tratar.
- o Por parte japonesa irán varias personas a la reunión. Por tanto, es mejor que acudan por lo menos dos personas en representación de la empresa extranjera.
- o El material escrito que se aporte (catálogos, ofertas, propuestas, etc.) debe tener una presencia impecable y estar traducido al japonés o, al menos, al inglés. Consideran que una empresa que no es capaz de preparar adecuadamente una presentación, no será tampoco un buen proveedor. Deben llevarse varias copias para entregar a cada miembro del equipo negociador japonés. Con ello se agilizará el proceso de toma de decisiones.
- o Los japoneses valoran mucho la información: en las presentaciones debe abundarse en detalles, cifras, datos

técnicos, etc. Todos los datos numéricos que se ofrezcan deben estar bien calculados ya que de lo contrario detectarán los errores.

- o La charla informal previa a la conversación de negocios es mínima. No se deben hacer preguntas de tipo personal, ni aquellas cuya respuesta comprometa en algún sentido.
- o El contacto visual que antiguamente era escaso hoy es habitual, sobre todo entre los ejecutivos más jóvenes.
- o En la cultura japonesa el uso de los silencios es muy común: hay que ser pacientes y esperar a que hablen; nunca se deben interrumpir sus argumentaciones.
- o El tono de la conversación es muy serio, exento de humor. Apenas se gesticula. Debe evitarse un comportamiento extrovertido o emocional. No es aconsejable contar chistes ni hacer bromas de ningún tipo, sobre todo en las primeras reuniones.
- o El nivel de inglés no es muy elevado para lo que podría esperarse en un país tan desarrollado. Son pocos los que lo entienden y hablan con fluidez. Conviene ser paciente, hablar despacio, con pausas prolongadas y evitar palabras poco usuales. Las cifras y los términos técnicos deben ponerse por escrito.
- o Si se utiliza un intérprete hay que tener en cuenta que tardará más tiempo para traducir del idioma extranjero al japonés que del japonés al idioma extranjero. El japonés es un idioma complejo y sutil, con frases largas y hasta cuatro niveles de cortesía, según la relación que se quiera mantener con el interlocutor.
- o Las relaciones personales son muy importantes: primero se hacen amigos y luego se hacen negocios. Las reuniones sociales (en restaurantes y bares) después del trabajo constituyen una buena ocasión para fomentar el conocimiento de la otra persona.
- o El lenguaje es muy ambiguo. Un “sí” (hai) solamente quiere decir que se escucha y se comprende la propuesta, pero no indica aceptación. Se evita decir “no” (iie) directamente.
- o Las preguntas deben ser concretas, pero abiertas, para evitar que contesten con monosílabos. Hay que darles tiempo para hablar y respetar sus silencios. El silencio, lejos de ser algo negativo, indica reflexión.
- o Si se les hace una pregunta con negación, una respuesta positiva por su parte, significa que se está de acuerdo. Por ejemplo, si a la pregunta, “¿Ustedes no utilizan el envase de cinco litros?”, contestan afirmativamente, significa que no lo utilizan. Para evitar confusiones lo mejor es no realizar este tipo de preguntas.

- o Las negociaciones comienzan a un nivel ejecutivo elevado y continúan a nivel de mandos intermedios. Hay que tener en cuenta que la persona que lleva el peso de la negociación no suele ser la encargada de cerrar los acuerdos. Con ello tratan de no establecer compromisos hasta que no tienen una visión total de la propuesta.
- o En las discusiones se busca la armonía por encima de cualquier otra consideración. Una sonrisa indica, más bien, dificultades, que una posición favorable.

NORMAS DE PROTOCOLO

- o En la forma de saludo lo mejor es esperar a que ellos tomen la iniciativa. Con negociadores extranjeros suelen utilizar un apretón de manos. En ocasiones formales realizan una reverencia. El grado de inclinación muestra el estatus que se concede a la otra parte. Para los occidentales, lo más adecuado es responder con una suave inclinación. Al hacer la reverencia debe mantenerse la mirada baja y colocar las palmas de las manos al lado de las piernas. Las mujeres deben colocar las manos cruzadas de frente.
- o El trato es muy formal. Se llama a las personas por su apellido, precedido de Mr. o Mrs. Cuando ya se conoce a la persona se puede utilizar el sufijo san -significa Señor- después del apellido. Por ejemplo, Obuchi-san (Mr. Obuchi). Nunca se deben usar nombres propios.
- o Las tarjetas profesionales (meishi) son un elemento fundamental. Se intercambian al principio de la reunión y se considera una descortesía no ofrecerlas. Es aconsejable que estén en inglés por un lado y en japonés por el otro. Para entregarlas hay que usar las dos manos, de tal forma que cada pulgar sostenga una esquina de la tarjeta por el lado escrito en japonés, al objeto de que el interlocutor pueda leer, hipotéticamente, la información cuando se incline para hacer la reverencia. Al recibirla, lo correcto es leer detenidamente el nombre de la empresa y la persona, asentir en señal de que la información se ha comprendido perfectamente y, quizá, hacer algún comentario o pregunta que denote interés. Durante el tiempo que dure la reunión, las tarjetas deben dejarse encima de la mesa. Si se guardan antes puede ser mal interpretado. No se debe hacer ninguna anotación en ellas.
- o En la conversación debe evitarse hablar de uno mismo o expresar opiniones personales de forma continuada. Los japoneses priman el grupo frente al individuo. No debe hablarse de la II Guerra Mundial, ni de temas sensibles para el sector

- empresarial como la quiebra de entidades financieras o el proteccionismo comercial.
- o Es positivo hacer preguntas sobre la cultura, el arte y las costumbres del país. Otros temas de conversación favoritos son los viajes, la gastronomía y los deportes -golf, sobre todo-.
 - o En la relación comercial está muy extendida la costumbre de cenar en restaurantes o acudir a bares de karaoke. Hay que dejar que sean ellos los que inviten primero. Aunque estos actos sociales son más bien para estrechar relaciones personales, también se utilizan para hablar y profundizar en las relaciones de negocios.
 - o En los restaurantes se entrega un juego de palillos envueltos en papel. Cuando se usan los palillos para tomar comida de una bandeja deben girarse y utilizar los extremos afilados, de tal forma, que la parte de los palillos que ha estado en contacto con la boca, no toque la comida de la bandeja. Una vez que se ha terminado de comer, los palillos deben de ponerse en un plato junto con otros palillos. No deben dejarse encima del cuenco o del propio plato.
 - o Una comida japonesa consiste en varios platos que han de probarse de uno en uno, alternando con sopa o arroz, que sirven de acompañamiento durante toda la comida y, por tanto, no deben acabarse antes de comer otros platos. En los restaurantes de mayor categoría la sopa y el arroz se toman siempre al final. Cuando se toma arroz debe acercarse el cuenco a la boca y ayudarse de los palillos para empujar la comida. Para pedir que se sirva más cantidad debe sujetarse el cuenco con las dos manos.
 - o El consumo de alcohol está muy generalizado. En los bares la bebida típica es el mizuwari (whisky con agua). Si no se pide otra, específicamente, se servirá esa.
 - o En las comidas o cenas de negocios se hacen muchos brindis “Kanpai” (¡Seca tu copa!) es el más usado. A cada brindis del anfitrión hay que corresponder con otro. Debe vigilarse la cantidad que se bebe ya que habrá numerosos brindis. En cualquier caso, no está mal visto brindar con la copa llena de agua.
 - o Japón es el país por excelencia para los regalos de empresa. Generalmente, se ofrecen en las primeras reuniones. Cuando hay una relación continuada es casi obligado regalar dos veces al año: en la segunda quincena de diciembre (Oseibo) y a la mitad de julio (Ochugen).

- Para los japoneses la ceremonia del regalo –la manera en la que está envuelto y la forma de entregarlo (Hoso) - es tan importante como el regalo en sí mismo.
- Es difícil saber si van a realizar un regalo de poco valor o costoso, por lo que es aconsejable tener la precaución de averiguar algo al respecto –quizá, a través del intermediario que hace las presentaciones- para entregar un regalo del mismo nivel. De todas formas, no hay que sorprenderse por regalos modestos o extravagantes. Artículos de cuero, plumas de escribir, corbatas u objetos de artesanía son buenas opciones para regalar.
- Debe evitarse hacer regalos con componentes que sumen cuatro o nueve. Ambos son números de la mala suerte. En japonés, las palabras para estos números son muy parecidas a “muerte” (“el cuatro”) y depresión (“el nueve”). Cuando se lleva un obsequio a una casa japonesa a la que se ha sido invitado (flores, bombones pasteles) hay que tener especial cuidado con el número de piezas para que cuadren con las personas que las van a recibir.
- Aunque se traiga el regalo de fuera del país es mejor envolverlo en Japón para no escoger un papel poco apropiado. El papel de arroz es el mejor. Los colores deben ser discretos, salvo el rojo que indica suerte.
- Generalmente, los japoneses no abren los regalos al recibirlos. Si los abren suelen ser bastante parcos en elogios, aunque esto no significa que no les haya gustado.
- Ser invitado a una casa japonesa tradicional supone un gran honor. Deberá uno quitarse los zapatos en la puerta y calzar las zapatillas desde la entrada hasta el comedor, en el que se las quitará. Hay que ponérselas otra vez para ir al cuarto de baño, donde las cambiará por unas zapatillas de baño. A la vuelta no se debe olvidar hacer el cambio. Durante la cena los comensales se sientan en posición arrodillada sobre un tatami, alrededor de una mesa baja. Los hombres deben mantener las rodillas separadas ocho o diez centímetros y las mujeres juntas. En la sobremesa se sientan con las piernas cruzadas.
- Los japoneses son muy conservadores en la forma de vestir: trajes oscuros, camisas blancas, corbatas con pocos dibujos. En las reuniones de negocios no se debe vestir ropa llamativa, ni ropa de sport, salvo que se venda moda.
- Sonarse en público está muy mal visto. Tampoco es apropiado utilizar pañuelos. Deben usarse kleenex.
- La semana del 29 de abril al 5 de mayo, conocida como la “semana de oro”, hay varios días festivos y la mayoría de los

empleados tienen vacaciones. En agosto es habitual tomar una o dos semanas de vacaciones (Obon). La actividad empresarial baja de ritmo, pero no se paraliza.

ASPECTOS ECONÓMICOS

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRINCIPALES SECTORES PRODUCTIVOS

El sector primario representó un 1,1% del PIB en el año 2016. Es uno de los importadores más importantes de trigo, maíz y carnes, así como de soja, junto a China y Estados Unidos. Durante las últimas décadas Japón ha eliminado algunas barreras que limitaban el acceso a sus mercados agrícolas. Aun así, la protección es elevada en productos básicos considerados sensibles, como es el caso del arroz, las verduras y frutas. Los controles sanitarios son muy estrictos y persisten problemas técnicos referidos a la legislación sobre aditivos alimentarios y barreras fitosanitarias para frutas y hortalizas. En el caso de la silvicultura destaca el fuerte incremento en la demanda de madera, de la que la producción local sólo cubre un 30%. En consecuencia, Japón importa grandes cantidades de madera, principalmente de los Estados Unidos, el Sudeste Asiático y Nueva Zelanda. La industria pesquera japonesa es una de las más importantes del mundo. La actividad minera es muy reducida. Se explotan, a muy pequeña escala, yacimientos de carbón, cobre, cinc, oro, plata y plomo. Japón importa el petróleo, gas natural y una gran parte del carbón que consume.

El sector secundario aportó el 26,2% del PIB en el año 2016. Su fortaleza radica en su desarrollo tecnológico y el tamaño de algunas de sus empresas. Las compañías japonesas mantienen una cuota de mercado considerable en los mercados mundiales, pero se ven limitadas en su expansión por la competitividad vía precio de otros países. La industria busca por tanto posicionarse en el segmento en el que la innovación tecnológica y la alta calidad marcan la diferencia competitiva. Tradicionalmente los llamados keiretsu dominaban el tejido industrial de Japón. Son grupos empresariales con participaciones accionariales cruzadas, atribución mutua de miembros del Consejo de Administración, etc. Entre los grupos más destacados se incluyen algunos como Mitsubishi, Mitsui, Sumitomo o Marubeni.

El sector terciario aportó el 72,7% del PIB en el año 2016. Los principales servicios incluyen los financieros (banca y seguros), distribución comercial, transportes y telecomunicaciones. Japón cuenta con algunas de las mayores empresas del mundo en el sector servicios: Mitsubishi UFJ, NTT, Sumitomo Mitsui Financial, Mizuho Financial,

Softbank, KDDI, Seven&I Holdings, AEON, Marubeni, Japan Railways, etc.

Las grandes empresas del sector servicios en Japón no están tan internacionalizadas como las industriales.

ACCESIBILIDAD DEL MERCADO

SERVICIOS COMERCIALES Y BANCARIOS

COMERCIALIZACIÓN

El sistema de distribución japonés es largo y complejo pero eficaz. Está formado por un gran número de intermediarios, mayoristas y minoristas que participan en las relaciones comerciales fijadas tradicionalmente entre las empresas japonesas y que cuentan con una compleja red de suministro propio desde hace mucho tiempo. Al ser un sector intensivo en trabajo, con cadenas muy eslabonadas y servicios muy rápidos y continuos en numerosos puntos de venta, se encarecen considerablemente los productos para el consumidor final.

En años recientes se ha producido un proceso de simplificación y consolidación de los canales tradicionales de comercialización. Se han eliminado algunos intermediarios comerciales con el consiguiente abaratamiento de los costes. En la actualidad hay mayores posibilidades de establecer contratos directos entre los proveedores y los grandes minoristas, algunos de los cuales mantienen departamentos propios de compra, pero en general es un sistema en el que dominan las relaciones de confianza a largo plazo entre los agentes, basadas en cumplimientos estrictos de los plazos de entrega, en cantidades muy precisas y en un cuidado servicio postventa.

De ahí que el exportador necesite buscar un socio importador o distribuidor adecuado en función del público objetivo y el lugar donde quiera vender el producto. La elección más importante es, como ocurre en otros mercados, la del socio importador - distribuidor. Las relaciones en Japón se gestan con lentitud, pero nacen para perdurar, basadas en la confianza mutua, que va consolidándose a medida que se repiten las operaciones.

La presencia local es en muchos casos un elemento que facilita enormemente el éxito en el mercado japonés. Los costes de implantación y mantenimiento son elevados, pero, con frecuencia,

necesarios para abordar y permanecer en el mercado de manera provechosa y a largo plazo.

BANCOS

El sistema financiero japonés está formado por el banco central, las instituciones financieras oficiales y las entidades privadas.

El Banco de Japón ejerce la función de banco central, emisor del dinero de curso legal y ejecutor de la política monetaria.

El sistema bancario está dominado por los grandes bancos surgidos de fusiones consecuencia de años de estancamiento.

En cuanto a las Bolsas de valores, destacan las de Tokio, una de las más importante del mundo por volumen de negocio cuyo principal indicador es el Nikkei. Hay cuatro bolsas de valores en Japón; además de la de Tokio, hay bolsa de valores en Fukuoka, Sapporo y Nagoya.

El préstamo bancario es el principal método de financiación para las empresas, en particular para las de tamaño mediano y pequeño. Las empresas, especialmente las grandes compañías, mantienen una relación de largo plazo con los bancos en los que mantienen a menudo participaciones cruzadas. La asociación con empresas japonesas es prácticamente necesaria o muy conveniente para la obtención de financiación de bancos japoneses para operar en el país.

Algunas instituciones públicas como el propio METI, Ministerio de Economía, Comercio e Industria; JETRO, organización japonesa de comercio exterior equivalente a ICEX; o MIPRO, organización de promoción de la inversión y las importaciones de manufacturas, que ofrece sus servicios para inversores y exportadores a Japón.

Hay además otras cuatro instituciones que pueden facilitar financiación interesante para empresas españolas asociadas con compañías japonesas. El JBIC, Japan Bank for International Cooperation, el Banco de Desarrollo de Japón DBJ, NEXI (Nippon Export and Investment Insurance) y la Corporación Financiera Japonesa para la Pequeña Empresa ofrecen asistencia financiera para operaciones de comercio e inversión.

SISTEMA FISCAL

Para determinar el Impuesto de Sociedades que se grava sobre los ingresos de la empresa, se utilizan como base imponible los ingresos calculados por cada año fiscal. A continuación, se muestran, los tipos impositivos del impuesto de sociedades, impuesto de sociedades residentes, e impuesto empresarial, sobre los ingresos por cada año fiscal.

Clasificación de la renta imponible	Hasta 4 millones de yenes	Superior a 4 millones hasta 8 millones de yenes	Superior a 8 millones de yenes
Impuesto de sociedades	15,00%	15,00%	23,90%
Impuesto de sociedades local	0,66%	0,66%	1,05%
Impuesto de sociedades residentes			
(1) Prefectural	0,48%	0,48%	0,76%
(2) Municipal	1,46%	1,46%	2,32%
Impuesto empresarial	3,40%	5,10%	6,70%
Impuesto local especial	1,47%	2,20%	2,89%
Tipo impositivo total	22,46%	24,90%	37,63%

El impuesto sobre la renta de las personas físicas comprende tanto el impuesto de autoliquidación como el impuesto de retención sobre la renta. El impuesto de autoliquidación sobre la renta se grava en la renta por cada año civil.

Los tipos en vigor son:

Renta después de deducciones (yenes)	Tipo impositivo
Menos de 1,95 millones	5%
1,95 – 3,3 millones	10%
3,3 – 6,95 millones	20%
6,95 – 9 millones	23%
9 – 18 millones	33%
18 – 40 millones	40%
Más de 40 millones	45%

Imposición sobre el Consumo: Similar al Impuesto sobre el Valor Añadido español, desde el 1 de abril de 2014 el tipo aplicable es del 8% (anteriormente era del 5%), mientras que se espera una subida de hasta el 10% para octubre de 2019.

PROTECCIÓN DE PATENTES Y MARCAS

Japón ha firmado los siguientes convenios y tratados internacionales:

Convenio de París sobre la protección de propiedad industrial (Convenio de Estocolmo que revisó el Convenio de París).

Tratado de cooperación sobre patentes

Acuerdo internacional de patentes de Estrasburgo

Convenio de Berna (Unión Internacional para la protección de obras literarias y artísticas)

Convenio universal de derechos de autor (copyright)

La Oficina de Patentes, adscrita al METI, Ministerio de Economía, Comercio e Industria, es el órgano responsable de propiedad industrial.

La Agencia de Asuntos Culturales, adscrita al Ministerio de Educación y Ciencia, es el órgano responsable de los derechos de autor.

Los extranjeros pueden solicitar el reconocimiento legal sobre los derechos concernientes a la propiedad industrial e intelectual en Japón siempre y cuando la solicitud sea presentada por un agente residente en Japón.

NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS

La normativa técnica aplicables a las importaciones en algunos sectores puede dificultar las exportaciones. Se citan a continuación

algunos de los requisitos técnicos que con mayor frecuencia pueden constituir obstáculos al comercio:

Algunas de las barreras más importantes son:

1. Japón aplica desde 1986 un sistema de contingentes arancelarios para proteger a la industria local de cuero y calzado. Los aranceles aplicables al calzado de cuero llegan al 30%.
2. Japón no reconoce a la UE como mercado único para la carne y no aplica los acuerdos SPS de la OMC sobre regionalización respecto a la UE. Por lo tanto, el comercio de cárnicos se regula mediante acuerdos bilaterales.
3. En el caso de animales vivos y carne de vacuno Japón no acepta la clasificación oficial de la OIE de riesgo de enfermedades infecciosas para los países de la UE. Por ello, establece procedimientos de evaluación de riesgo independientes país por país largos y complicados.
4. La importación de frutas y hortalizas frescas en Japón exige la firma de protocolos bilaterales que son lentos y costosos.
5. Japón tampoco reconoce la existencia de un mercado único para productos hortofrutícolas y tampoco aplica los acuerdos SPS de la OMC sobre regionalización respecto a la UE.
6. Aditivos alimenticios que son de uso común a nivel mundial están prohibidos en Japón. Se da el caso de que algunos alimentos procesados, en cuya elaboración se utilizan esos aditivos, no pueden importarse en Japón a pesar de estar avalados por el Comité de Expertos de la FAO/OMS.
7. La comercialización de material y equipamiento médico en Japón es complicada, debido a la no aplicación de algunas normas internacionales de certificación, como ISO e IEC, y por el complejo procedimiento de aprobación.
8. Los plazos para la aprobación de la comercialización de productos farmacéuticos son también largos.
9. El mercado de las compras públicas es otro ámbito en el que las barreras encontradas son múltiples: falta de información disponible, complejidad de la normativa aplicable, etc.
10. En servicios financieros, la UE identifica diversas barreras para la entrada en el mercado japonés de seguros y banca.
11. En el mercado de los vehículos de transporte, la industria considera barreras artificiales la existencia de determinadas certificaciones técnicas. En ferrocarriles las tres empresas (privatizadas, pero sostenidas con fondos públicos), y la falta de transparencia y las cláusulas de seguridad impiden la entrada de nuevos competidores.

12. La importación de madera y productos derivados de la madera está sujeta a exigencias y estándares particulares sobre fumigación y marcado específico en los envases.

La lista completa de regulaciones y procedimientos para la importación en Japón puede consultarse en la página web de la aduana japonesa.
<http://www.customs.go.jp/english/summary/import.htm>

Normas aplicables al comercio

Los aranceles no constituyen, salvo algunos casos, una barrera a la importación. Sin embargo, las reglamentaciones técnicas (Estándares y Reglamentos Técnicos) pueden ser en ocasiones barreras prácticamente infranqueables.

Existen dos tipos de homologación: por un lado, la homologación voluntaria, que no es necesaria para la importación de un producto en Japón, pero que garantiza cierto nivel de calidad ante el cliente; y por otra, la homologación obligatoria, impuesta por el Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI), sin la cual no es posible importar un producto.

Homologación voluntaria

En el ámbito de las voluntarias, las más conocidas y utilizadas son las Japan Industrial Standards (JIS), otorgada por Japan Industrial Standards Committee www.jisc.go.jp/eng y las Japan Agricultural Standards (JAS), otorgadas por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca www.maff.go.jp/e/. Se puede encontrar información sobre normativa reciente en la web de la Asociación de Estándares Japonesa www.jsa.or.jp.

Mientras las JIS sirven para la acreditación y certificación de todos los productos industriales (exceptuando aquellos regulados por leyes nacionales específicas o por otro sistema de normativas), las JAS se aplican a bebidas, alimentos procesados, productos agropecuarios, productos forestales, aceites y grasas y productos de pesca. A pesar de que se trata de normas de cumplimiento voluntario, son de alta importancia, ya que constituyen símbolos de calidad que pueden resultar determinantes en la decisión de compra de los consumidores o en las estrategias de carácter industrial. La empresa extranjera deberá sopesar, pues, la importancia de las normas para sus productos y las ventajas comerciales que otorgan, comparándolas con el coste de obtenerlas.

Homologación obligatoria

En cuanto a las homologaciones obligatorias, vienen impuestas por algunas reglamentaciones que establecen requisitos especiales sobre la seguridad de los productos y materiales, calidad, funcionamiento, dimensiones, etc., y se aplican, entre otros, en sectores como los de metales, maquinaria, productos agroalimentarios, cristales, equipos electrónicos, papel y madera, construcción naval y productos químicos.

La Organización de Comercio Exterior de Japón (JETRO) ofrece información útil sobre estándares y reglamentación en todos los sectores www.jetro.go.jp/en/reports/regulations/

Requisitos técnicos

Es necesario tener en cuenta los estrictos controles de carácter fitosanitario y zoo-sanitario que existen en Japón para ciertos productos.

Existe una estricta normativa específica aplicable al etiquetado de productos de consumo y alimentación, especialmente para la distribución y venta final. Se puede encontrar información en la Agencia de Asuntos del Consumidor www.caa.go.jp/en/

Hay normativas específicas para sectores como el farmacéutico, instrumentación médica, aparatos de telecomunicaciones, equipos de transporte, cosmética, productos agroalimentarios, etc.

RÉGIMEN DE COMERCIO

Salvo en algunos sectores determinados, el régimen de importación está prácticamente liberalizado en Japón. El nivel general de protección arancelaria es bajo salvo para algunos productos agroalimentarios protegidos y productos de piel como bolsos y calzado.

Para un número muy reducido de productos la importación requiere autorización administrativa, principalmente por estar sujetos a cuotas de importación, ser originarios de determinados países o por su naturaleza especial (armas, etc.).

No obstante, el régimen regulatorio puede suponer una dificultad para la entrada de determinados productos. En el mismo sentido, pueden existir otras barreras no arancelarias (exigencia de certificaciones que no se aplican en otros mercados, requerimientos de empaquetado o

embalaje, inspecciones, régimen fitosanitario, divergencias de medidas y estándares internacionales, etc.). El nivel de dificultad dependerá del producto, del grado de protección del sector e incluso de la falta de competencia efectiva.

ARANCELES

Los aranceles son administrados por la Dirección de Aduanas y Aranceles del Ministerio de Finanzas. Como miembro del Convenio del Sistema Armonizado, la nomenclatura arancelaria obedece al sistema de clasificación comercial con identificación de seis dígitos. Según los datos provenientes de la Asociación de Aranceles de Japón, el arancel medio aplicado en Japón es uno de los más bajos del mundo, aunque existe una gran dispersión entre sectores. Los productos agrícolas están sujetos a aranceles mucho más altos que los productos no-agrícolas. El cuero, ciertos productos manufacturados y los alimentos procesados tienen aranceles relativamente altos. Un ejemplo de especial importancia para España es el mercado de la piel y, por consiguiente, el del calzado de piel, que es uno de los más protegidos en Japón y se caracteriza por un complicado sistema de cuotas arancelarias y altos aranceles. En el caso del calzado de piel, existe una cuota arancelaria de hasta 12.019.000 pares al año a los que se les aplica un arancel del 24%, mientras que el arancel fuera de esta cuota es del 60% ad valorem o de 4.800 yenes por par (la cantidad que resulte más elevada).

Los recargos para la importación de productos agrícolas se encuentran aún entre los más altos entre los países industrializados (pueden llegar hasta el 50%).

Para la mayoría de los productos manufacturados, como automóviles, partes de automóviles o maquinaria industrial, el arancel vigente es del 0%. Además de los aranceles, el impuesto sobre el consumo (8%) es recaudado sobre todos los artículos vendidos en Japón.

PERFIL DEMOGRÁFICO

Población (2017)	126.451.398 habitantes
Capital	Tokio
Otras ciudades	Nagoya, Kioto, Osaka, Yokohama
Crecimiento población (2017)	-0,21%
Densidad demográfica (2016)	335 hab/km ²
Pirámide de edad (2017)	0-14: 12,847% 15-64: 59,29% >65: 27,87%
Distribución por sexos (2017)	Hombres: 48,5% Mujeres: 51,5%
Grupos étnicos	Japoneses, coreanos, chinos, otros
Religión	Sintoísmo, budismo, cristianismo, otras
Idioma	Japonés
Moneda	Yen

PERFIL GEOGRÁFICO

Superficie	Total: 377.915 km ² Tierra: 364.485 km ² Agua: 13.430 km ²
Fronteras	0 km
Costas	29.751 km
Elevaciones	Punto más bajo: Hachiro-gata -4 m Punto más alto: Monte Fuji 3.776 m
Uso de la tierra (2011)	Agricultura: 12,5% Bosques: 68,5% Otros: 19%

PERFIL ECONÓMICO

Datos generales (2017)	PIB: 5,405 trillones \$ Crecimiento real del PIB: 1,5% PIB per cápita: 42.700\$
PIB por sectores (2016)	Agricultura: 1% Industria: 29,7% Servicios: 69,3%
Población ocupada por sectores (2015)	Agricultura: 2,9% Industria: 26,2% Servicios: 70,9%
Tasa de paro (2017)	2,9%
Tasa de inflación (2017)	0,4%

Información complementaria y práctica

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

BREVE REFERENCIA HISTÓRICA

El poder político-administrativo en Japón comienza a configurarse en torno al siglo IV D.C., bajo la autoridad de Emperador. En el siglo VI Japón adopta el budismo, así como instituciones políticas y la escritura proveniente de China vía Corea. Desde entonces Japón ha pasado por períodos muy dispares, algunos de apertura al exterior y otros de clausura casi total, pero se mantuvo siempre como país unificado.

- Período Heian (c. 800-1100)

Período de influencia china y coreana para pasar a una posterior afirmación de los japoneses. Luchas entre familias militares. Florecimiento de las artes. Kioto era la capital del país durante este período.

- Período Kamakura (c. 1100-1300)

El primer shogun o generalísimo establece la capital en Kamakura, cerca de Tokio. El poder de los samuráis (militares) se extiende al campo político y económico, convirtiéndose en los líderes políticos y tecnócratas.

- Período Muromachi (c.1300-1600)

El poder se descentraliza bajo los shogun Ashikaga, que habían trasladado su base de operaciones de nuevo a la capital imperial en Kioto. Las artes y el comercio con China florecen de forma espectacular. Introducción del cristianismo. El siglo XV destaca por su inestabilidad política con constantes luchas y rivalidades entre distintos clanes de samurai.

- Período Edo (c.1600-1867)

Tras la unificación del país por tres shoguns sucesivos, la familia Tokugawa controla el país desde la nueva capital política y administrativa. Edo (actual Tokio), aunque la corte imperial permanece en Kioto. El país se cierra al exterior y se expulsa toda influencia extranjera incluido el cristianismo. Predominio de ideas confucionistas de deber, orden y armonía.

- Período Moderno

En 1853, se produce la llegada del Comodoro Perry de la Marina americana para abrir los puertos japoneses al comercio internacional. Pronto le siguen los países europeos, los cuales también consiguen tratados comerciales ventajosos, en parte debido a su superioridad militar. Este hecho, junto con presiones internas, da lugar a revueltas que llegan a derrocar a los Tokugawa y a establecer un sistema de

monarquía parlamentaria bajo una renovada autoridad imperial. Así se inicia el período llamado Restauración Meiji.

Estableciendo oficialmente la capital en la actual Tokio, Japón se abre al resto del mundo y se desarrolla hasta el punto de enfrentarse y derrotar en sendas guerras a China (1894) y a Rusia (1904), lo que conlleva la anexión de Corea como colonia de Japón.

La ideología ultranacionalista y militarista prevalece durante el primer tercio del siglo XX en Japón. La depresión de los años 30, la superpoblación y la falta de materias primas favoreció el respaldo de dicha ideología por la mayoría de la población. Finalmente Japón invadió varios países de Asia y atacó a los EE.UU en Pearl Harbour. Tras la derrota de Hitler y sus aliados en la II Guerra Mundial, EE.U ocupa Japón.

La ocupación americana trajo consigo una serie de cambios reflejados en una nueva Constitución que reduce el poder del Emperador, garantiza las libertades básicas de opinión y religión, y excluye el uso de la fuerza para resolver contenciosos internacionales.

Japón disfrutó desde los años 60 de un crecimiento económico acelerado, convirtiéndose en la segunda potencia mundial, por detrás de EE.UU. Tras la década de los 90, marcada por una profunda recesión, la economía japonesa se encuentra de nuevo en vías de recuperación y reactivación (2005).

PERFIL POLÍTICO

La Constitución japonesa fue promulgada el 3 de mayo de 1947. Japón es una monarquía constitucional con un Parlamento bicameral (Dieta o Kokai). El Jefe de Estado es el Emperador Akihito (desde el 7 de enero de 1989), símbolo del Estado y de su unidad. Por su parte las elecciones generales, en las que se renuevan la totalidad de los escaños de la Cámara Baja o de Representantes, tienen lugar cada cuatro años. Las elecciones a la Cámara Alta, también llamada de Consejeros o Senado, se celebran cada tres años y en cada convocatoria se renuevan, de modo alterno, la mitad de sus miembros.

Las administraciones públicas en Japón están compuestas por el Estado, 47 prefecturas y 1.718 ciudades, más los 23 barrios especiales de Tokio, según el censo realizado en 2015. Hay aproximadamente 590 mil funcionarios públicos en la administración central del Estado y 1,68 millones en las provincias y municipios.

Existen 8 regiones: Hokkaido, Tohoku, Kanto, Chubu, Kansai, Chugoku, Shikoku y Kyushu. Estas regiones no son unidades administrativas oficiales, pero se utilizan como demarcaciones geográficas.

Las 47 prefecturas cuentan con administraciones regionales, con sus parlamentos y gobiernos propios.

INFORMACIÓN PRÁCTICA

FORMALIDADES DE ENTRADA

Para estancias de hasta 90 días por motivos turísticos y de negocios, sólo se requiere el pasaporte en vigor; transcurrido este período se necesita visado.

ENLACES DESDE ESPAÑA

VÍA AÉREA:

Desde el 18 de octubre de 2016, Iberia opera de nuevo rutas comerciales con Tokio con una frecuencia de tres vuelos semanales. El hecho de disponer de un vuelo directo es un aspecto positivo tanto para el turismo bilateral como para las relaciones comerciales.

FESTIVIDADES Y HORARIOS

Días festivos:

1 enero (Año Nuevo), segundo lunes de enero (Día de la Mayoría de Edad), 11 febrero (Día de la Fundación de Japón), 20 ó 21 marzo (Equinoccio de Primavera), 29 abril (Día de Showa), 3 mayo (Día de la Constitución), 4 mayo (Día de la Naturaleza), 5 mayo (Día de los Niños), tercer lunes de julio (Día del Mar), tercer lunes de septiembre (Día del respeto a los ancianos), 22 ó 23 septiembre (Equinoccio de Otoño), segundo lunes de octubre (Día de los Deportes), 3 noviembre (Día de la Cultura), 23 noviembre (Día de Acción de Gracias al Trabajo), 23 diciembre (Cumpleaños del Emperador).

Período anual de vacaciones:

- Año Nuevo: Muchas empresas cierran del 29 de diciembre al 3 de enero, mientras que las tiendas generalmente cierran sólo del 1 al 3 de enero.
- Marzo: Vacaciones escolares. Empiezan el curso a principios de abril. El 1 de abril comienza el año fiscal japonés.

- Golden Week: Del 29 de abril al 6 de mayo hay varios días festivos y es la semana del año de mayor concentración de vacaciones en las empresas.
- Mediados de agosto: Es también un periodo habitual para disfrutar de una o dos semanas de vacaciones. La actividad empresarial se ralentiza.

Horario local:

Todo Japón está incluido en una sola zona horaria, con ocho horas por delante de España en otoño e invierno y siete en primavera y verano.

Horario laboral:

BANCOS:

Su horario de atención al público suele ser de lunes a viernes de 9:00 a 15:00. Los cajeros automáticos están muy extendidos, pero puede ser difícil encontrar cajeros donde acepten tarjetas de crédito no emitidas por bancos japoneses.

COMERCIOS:

En principio hay libertad de horario comercial, sin embargo, hay que tener en cuenta el artículo 28 de Noise Regulation Law, por el que cada comunidad puede restringir el horario comercial, sobre todo por la noche (aproximadamente de 24:00h a 6:00h de la mañana). La mayoría de los establecimientos comerciales abren todos los días de 10:00 a 20:00 horas, aunque los más pequeños tienden a cerrar cada vez más tarde, hacia las 23:00. Hay numerosísimas pequeñas tiendas de proximidad pertenecientes a cadenas nacionales que están abiertas las 24 horas del día.

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA:

Lunes a viernes de 9:00 a 17:00. De 12:00 a 13:00 suele haber una pausa para el almuerzo.

TABLA DE CAMBIOS PARA VIAJES (02/03/2018) Euro-Yen

EUR	JPY	EUR	JPY
1	130	30	3.906
2	260	35	4.557
3	391	40	5.208
4	521	45	5.859
5	651	50	6.510
10	1.302	100	13.019

15	1.953	250	32.548
20	2.604	500	65.095
25	3.255	1000	130.190

JPY	EUR	JPY	EUR
100	0,77	3000	23,04
200	1,54	3500	26,88
300	2,30	4000	30,72
400	3,07	4500	34,56
500	3,84	5000	38,40
1000	7,68	10000	76,80
1500	11,52	25000	192,00
2000	15,36	50000	383,99
2500	19,20	100000	767,99

CLIMA

El clima de Japón, de tipo húmedo-templado en la región central, se caracteriza por las considerables variaciones. En ellas influyen particularmente las condiciones atmosféricas, producto de su posición y características geográficas, las corrientes marinas y las fluctuaciones del monzón en invierno y en verano. Geográficamente, el clima varía desde el subtropical de la zona sur en la isla de Okinawa al extremo de la isla de Hokkaido, zona de inviernos rigurosos con nieves abundantes.

El clima de Tokio a lo largo del año se puede resumir como sigue:

- Inviernos fríos (sin que la temperatura sea habitualmente inferior a cero, salvo en tres o cuatro ocasiones al año), secos y soleados, con vientos ocasionales.
- Primavera templadas, agradables y algo lluviosas en abril y principios de mayo.
- Veranos lluviosos en junio y julio, con calor sofocante y húmedo. En agosto empieza la época de los tifones y se agudiza el calor.
- Otoños suaves y agradables a partir de octubre.

En Tokio la lluvia es frecuente durante buena parte del año, y es especialmente persistente en los meses de abril y mayo, durante la estación oficial de lluvias de junio y julio, y a finales de septiembre y principios de octubre.

PRECAUCIONES SANITARIAS

Las condiciones sanitarias en Japón son muy buenas, similares a las de cualquier otro país *avanzado*. No hay ninguna enfermedad especial que destacar.

WEBS DE INTERÉS

JETRO - JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

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

Información comercial de Japón. Página donde encontrará amplia información sobre el mercado japonés. Listados de importadores japoneses, enlaces e información de primera mano sobre el mercado nipón. Programas de ayuda, servicios, e información útil para exportar a Japón. En inglés.

OFICINA NACIONAL DE TURISMO DE JAPÓN

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

Información turística de Japón. Detalles sobre circuitos turísticos, acontecimientos festivos y culturales, contactos con agencias de viaje, o directamente con hoteles tradicionales y convencionales que ofertan sus alojamientos mediante fotografías y permiten reservar habitación vía Internet. Además, ofrece mapas detallados y planos urbanos. Consta de información oficial en inglés.

DIRECCIONES DE ORGANISMOS

EN ESPAÑA

EMBAJADA DE JAPÓN EN ESPAÑA

Cancillería y Sección Comercial

Serrano, 109

28006 Madrid

tel.: 91- 590-7600

fax: 91-590-1321

c.e.: embjapon@md.mofa.go.jp

www.es.emb-japan.go.jp/index.html

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO. MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

Paseo de la Castellana, 162

28046 Madrid

tel.: 91 349 4000/902 446 006
fax: 91 457 8066
www.comercio.es

ICEX EXPORTACIÓN E INVERSIONES

Paseo de la Castellana, 14-16
28046 Madrid

tel.: 91 349 6100/900 349 000
fax: 91 431 6128
<http://www.icex.es/>

JETRO (Japan External Trade Organization)

Plaza de Carlos Trías Bertrán 7, Edificio Sollube, Planta 2, Oficina 1
28020 Madrid

tel.: 91-391-2100
fax: 91-310-3659
www.jetro.go.jp/spain/index.html

EN JAPÓN

EMBAJADA DE ESPAÑA EN JAPÓN

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

tel.: (81) 3-3583-8531/32

fax: (81) 3- 3582-8627

c.e.: emb.tokio.info@maec.es

www.exteriores.gob.es/Embajadas/TOKIO/es/Paginas/inicio.aspx

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN TOKIO

3F. 3-29, Roppongi 1-chome
Minato-ku, Tokyo 106-0032

tel.: (81) 3-5575-0431

fax: (81) 3-5575-6431

c.e.: tokio@comercio.mineco.es

<http://japon.oficinascomerciales.es>

Datos de la Representación española:

Embajador: D. Gonzalo de Benito Secades.

FUENTES DOCUMENTALES

ESTADÍSTICAS Y DATOS DE NEGOCIOS

- Instituto de Comercio Exterior, <http://www.icex.es>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, www.mae.es - Monografías OID

HISTORIA

- Historia de Japón, <http://www.eumed.net/rev/japon/02/oec.htm>

POLÍTICA

- Instituto de Comercio Exterior, <http://www.icex.es>

MAPAS Y DATOS SOCIO CULTURALES

- Mapa de Japón, <http://www.viajejet.com>
- Instituto de Comercio Exterior, <http://www.icex.es>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, www.mae.es - Monografías OID
- Cómo negociar con éxito en 50 países, Olegario Llamazares García-Lomas

OTROS DATOS

- Tabla de Cambio para Viajes © 1996 - 2017 OANDA Corporation. Todos los derechos reservados
- Hora exacta en el mundo, <http://www.horlogeparlante.com/spanish/>
- Riesgo país, www.coface.fr