

**Nom oficial del país:** Japó

**Capital:** Tòquio

**Població:** 125M hab.

**Moneda:** Ien

**Equivalència:** 1EUR = 128,62 JPY

**Idioma:** japonès

### **PIB:**

El Producte Interior Brut (PIB) estimat pel 2020 seria d'uns 5.236 bilions de dòlars, cosa que converteix aquest país en la quarta economia mundial segons el seu PIB. L'agència TRADING ECONOMICS considera que el 2019, el PIB del Japó valia 5081.77 M\$; segons dades oficials del Banc. Això implica que el valor del PIB del Japó representa el 4,22 per cent de l'economia mundial.

L'economia japonesa va avançar un 3,0% en el trimestre en els tres mesos fins al desembre del 2020, després d'un creixement del 5,3% en el període anterior i superant les estimacions del mercat d'una expansió del 2,3%, va mostrar una lectura preliminar. La formació bruta de capital fix va repuntar (3,2% contra -2,2% en el 3T), mentre que el consum privat (2,2% vs 5,1% en el 3T) i la despesa pública (2,0% vs 2,8%) van créixer a un ritme més suau. El comerç net va contribuir positivament al creixement, ja que les exportacions van saltar un 11% (del 7,4% al 3T), mentre que les importacions van augmentar un 4,1% (del -8,2% al 3T). Durant tot el 2020, la tercera economia més gran del món es va reduir un 4,8 per cent, marcant la primera contracció des del 2009.

### **Sectors forts:**

Segons els informes de SOCIÉTÉ GENERALE (França), el Japó és una de les economies més potents del món, sobretot en una sèrie de sectors determinats.

Tot i que el Japó té alguns jaciments d'or, magnesi, carbó i plata, el país té recursos naturals molt limitats en general i, com a resultat, depèn molt de les importacions per satisfer les seves necessitats de matèria primera i energia. D'altra banda, gràcies a la seva àmplia zona marítima, el país és un dels majors productors mundials de productes pesquers. Tot i això, tenint en compte que només l'11% de la superfície japonesa és adequada per al cultiu, el sector agrícola és reduït al Japó. El te i l'arròs són els dos cultius

més grans del país, tot i que el sector en general està altament subvencionat i protegit. L'agricultura contribueix marginalment al PIB (1,2%) i només ocupa el 3,4% de la força de treball. El 2020, les restriccions a causa de la pandèmia Covid-19 van provocar una manca de mà d'obra de la Xina al sector agrícola japonès.

El sector industrial està molt diversificat i fabrica productes que van des de productes bàsics (com l'acer i el paper) fins a tecnologia sofisticada. El Japó domina els sectors de l'automòbil, la robòtica, la biotecnologia, la nanotecnologia i les energies renovables. Al Japó hi ha diversos fabricants de productes electrònics més grans del món, motiu pel qual el sector industrial del país sol associar-se a la sofisticació tecnològica. El país és el tercer productor mundial de vehicles i el segon productor de vaixells. El seu sector industrial representa el 29,1% del PIB i ocupa el 24,1% de la plantilla.

El sector serveis representa el 69,3% del PIB i dóna feina al 72,6% de la plantilla. Els principals serveis al Japó inclouen banca, assegurances, venda al detall, transport i telecomunicacions. El país també té un important sector turístic, que ha experimentat un creixement substancial en els darrers anys. A causa de la crisi i les prohibicions de viatges desencadenades per la pandèmia Covid-19, el turisme ha baixat a nivells rècord. Hi va haver aproximadament 2,60 milions de turistes viatjats al Japó el febrer del 2019. L'esclat de COVID-19 va fer que els turistes que arribaven al Japó disminuïssin del 58% a 1,09 milions (Bloomberg, 2020). Com a resultat, les empreses de distribució d'aliments que lliuraven a restaurants d'hotels han quedat greument afectades. La Japan Food Service Association (JF) va informar que les vendes generals van caure un 17% al març de 2020 i un 40% a l'abril de 2020 en comparació amb el 2019.

### **Unions duaneres:**

El Japó és membre de les Nacions Unides (ONU), del Fons Monetari Internacional (FMI), de l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) i de l'Acord General sobre Aranzels i Comerç (GATT). També participa en les organitzacions internacionals centrades en el desenvolupament econòmic, inclosos el Banc Mundial i el Banc Asiàtic de Desenvolupament.

La pertinença del Japó a l'OCDE ha limitat la seva política econòmica exterior fins a cert punt i respecte el GATT ha proporcionat l'estructura bàsica mitjançant la qual el Japó ha negociat acords internacionals detallats sobre polítiques d'importació i exportació. Tot i que el Japó havia estat membre del GATT des de 1955, va conservar reserves a alguns articles del GATT.

Des de la seva entrada en vigor l'1 de febrer de 2019, l'Acord de col·laboració econòmica UE-Japó (EPA) ha suposat un augment significatiu del comerç de béns i serveis entre la UE i el Japó. L'acord elimina gradualment la gran majoria dels drets de duana. També aborda una sèrie de barreres no aranzelàries de llarga data i simplifica els procediments comercials.

Els principals socis comercials del Japó són els següents en aquest ordre: La Xina, l'Associació de Nacions del Sud-Est Asiàtic (ASEAN), els EUA, la UE, Corea del Sud i Taiwan. El primer soci alemany del Japó és Alemanya la qual està en la setena posició en el rànquing dels seus socis comercials, i el següent país europeu és el Regne Unit situat a la quinzena posició (els seus principals socis es troben en el continent asiàtic, més Austràlia).

### **Factors culturals:**

El Japó és avui en dia una de les nacions més modernes del món, no obstant això, la seva cultura es caracteritza per la convivència entre elements tradicionals i modernitat. De fet, no va ser fins a mitjan segle XIX que es va iniciar el seu procediment de modernització i restauració per part de l'Emperador Meiji.

La seva forma de govern es caracteritza per el lideratge de la figura de l'emperador del Japó que és el cap d'estat i el cap de la família imperial del Japó. Segons la Constitució del Japó, es defineix com "el símbol de l'Estat i de la unitat del poble" i el seu títol deriva de "La voluntat del poble, que és el sobirà". La llei imperial de les famílies regeix la línia de la successió imperial. El Tribunal Suprem no té poder judicial sobre ell.

### **Afeccions a causa de la covid-19:**

Segons informacions publicades per la BBC el Febrer de 2021, l'economia japonesa va augmentar el quart trimestre del 2020, però no va ser suficient per preservar el país d'un creixement negatiu de l'any. L'economia va superar les expectatives de créixer un 3% entre octubre i desembre en comparació amb el mateix període del 2019.

No obstant això, el creixement va ser considerablement més lent que el trimestre anterior, quan l'economia va augmentar el 5,3%. L'economia japonesa es va reduir un 4,8% durant tot l'any, la seva primera contracció des del 2009. Les xifres de creixement es produeixen quan l'índex japonès Nikkei va arribar breument a 30.000 per primera vegada des del 1990.

Un dels primers anuncis del govern japonès va ser respecte els Jocs Olímpics de Tòquio sobre els quals es va expressar que "és improbable que avancin el 2021"

La tercera economia del món va patir la pitjor contracció trimestral de la postguerra entre abril i juny, ja que la pandèmia mundial va afectar el consum intern i les exportacions. Però el consum i les exportacions, que són els dos motors clau de l'economia japonesa, també van alimentar un repunt a la segona meitat de l'any.

El consum privat, que representa més de la meitat de l'economia, va augmentar un 2,2% en l'últim trimestre del 2020, desaccelerant-se amb l'increment del 5,1% del trimestre anterior.

### **Oportunitats de negoci al Japó:**

En termes de consumidors, el Japó és un mercat realment important ja que engloba uns 127M de persones. Això significa que la seva població equivaldria a afegir la d'Alemanya i la d'Espanya. El Japó continua sent un importador net d'aliments, però, els aliments i les begudes són la despesa més important en% de renda disponible.

Segons informacions provinents del EU JAPAN CENTRE, les exportacions de menjar provinents de l'estat espanyol al Japó augmenten força ràpidament. En general, les fruites, la carn i sobretot el formatge blau són els productes més populars i els que els clients japonesos prefereixen entre els espanyols.

El 2018, el principal proveïdor del Japó va ser els EUA, seguit de la Xina i el següent de la UE. Entre els estats membres de la UE, Espanya és el segon proveïdor d'aliments i begudes només després de França. Augmenten constantment les exportacions d'Espanya. De tots els productes alimentaris procedents d'Espanya, el Japó importa principalment aquells relacionats amb la pesca, la carn, el peix i la carn, els noodles, l'oli d'oliva, etc.

El Japó és un mercat molt particular, i això es tradueix en molts aspectes diferents, però un dels més importants és el següent: la decisió dels compradors japonesos sobre si comprar o no un producte es basa en la seguretat i la qualitat. Hi ha 3 condicions necessàries per guanyar la confiança i la lleialtat dels consumidors:

- la seguretat i la qualitat estan garantides per les autoritats,
- Els productes es demostren amb tradició
- Es mostren a les etiquetes

Es poden comprovar totes aquestes condicions perquè poden aparèixer a certificacions i etiquetes. Associen autenticitat i transparència a la rendició de comptes als productes.

Els productes importats d'Espanya que compleixen aquestes condicions són molt apreciats. Per donar exemple, podem trobar el pernil espanyol. Aquest producte es ven molt car. El preu ronda els 70 € per 100g. Es deu al fet que el pernil espanyol compleix els requisits anteriors.

Com a resultat que avui en dia molts japonesos s'enfronten a una vida moderna ocupada i a una petita unitat familiar, hi ha una tendència a que els aliments processats siguin més consumits. No obstant això, els compradors són exigents. Exigeixen que els productes siguin preparats i controlats recentment sota una estricta data i hora de caducitat.

A la vida de la ciutat, els consumidors trien menjar envasat convenient. I sovint es venen amb etiquetes OEM / privades per fidelitzar els consumidors. També hi ha tradició en la cultura dels regals: els anomenats "aliments conservats" que es venen al mercat d'aliments

de regal i al mercat d'aliments emergents. Són mercats alimentaris molt grans. El Japó sempre està preparat per a desastres naturals. Això és molt important per a les empreses espanyoles.

La demanda al sector alimentari del Japó és de 70 a 80 mil milions d'euros. Canadà, USE, Xile, Austràlia i Nova Zelanda són els principals competidors de la UE, ja que són els principals proveïdors. El subministrament de la UE és de 4-5B €. Les exportacions de la UE al Japó tenen grans possibilitats de créixer i créixer ràpidament

Segons l'ICEX, carn de porc, oli d'oliva, peix, crustacis i mariscs, vins tranquils i escumosos, conserves de fruites i verdures, sucres i confiteria, formatges. El porc és la carn més gran del Japó que es consumeix més que cap altra. La producció de porc al Japó és molt cara, ja que no té capacitat. Per tant, és la principal importació de carn de porc al món just després del Regne Unit. Els productors de la UE subministren carn de porc d'alta qualitat al mercat japonès. No obstant això, els productes de porc de la UE tenen una gran competència en el rang de preus mitjans, ja que competeixen amb els Estats Units i el Canadà. El mercat canadenc i nord-americà acapara gairebé el porc fresc i fresc. Espanya i Dinamarca retenen més del 26% del mercat d'importació de porc congelat.

El porc espanyol ja té marca al Japó, de manera que pot exportar encara més. L'APE UE-Japó dona un tipus d'impost més baix, de manera que els incentius per comprar més porc espanyol podrien mantenir els mateixos productes al detall. Augmentar els mercats de beneficis. Les exportacions d'Hongria al Japó s'han suspès a causa de la febre porcina africana. Les necessitats sanitàries són molt importants al Japó. Espanya és el líder en el mercat de pernil i embotits en qualitat, i Itàlia en quantitat.

A mesura que les ganes dels consumidors japonesos pels aliments processats augmenten ràpidament, tant els pernils com les salsitxes de la UE / espanyola podran ser productes atractius d'importadors japonesos per vendre amb marges de beneficis més alts segons el TLC UE-Japó. L'exportació de pernils i embotits requereix una investigació acurada per trobar les preferències dels consumidors i utilitzar una promoció i distribució efectives. Estoig de mestre graella Embotits artesans.

Sector vitivinícola. La UE és un gran productor mundial de vi. El Japó, a l'altra banda, té una capacitat de producció de vi baixa. Itàlia França i Espanya són els 3 productors de vi més importants que importen al Japó. També el cava català va pujar fins al 69% del valor del preu.

És important saber on vendre i com vendre. El Japó té 7 regions als mercats. La regió de Kanto és el mercat més gran que té la mida d'Itàlia

Botigues de proximitat: per menjar diari són les més grans i es troben a tots els racons de les ciutats japoneses. Hokkaido és l'illa del nord que té botigues de conveniència especials anomenades seicomar que no existeixen en altres zones japoneses. També hi són presents els supermercats i grans magatzems. A les grans ciutats els supermercats són més populars. També hi ha supermercats especialitzats. A la presentació també es detallen els punts de venda B2B. Hi ha alguns especialitzats en menjar i begudes espanyoles.

Les bones ocasions per promocionar productes i conèixer possibles consumidors japonesos. Hi ha fires comercials. Hi ha espectacles de supermercats, FOODEX (cada marca), la programació dels espectacles es pot obtenir en un enllaç. A BCN hi haurà Alimentaria 2021 a la fira de Barcelona.

Due diligence en la selecció de socis japonesos: norma per tenir una presentació, trieu aquells que estiguin especialitzats en aliments i begudes importats.

Liquidacions a la duana japonesa:

- Permís d'exportació de la UE, documents comercials
- Declaració d'importació
- Liquidacions legals i normatives
- Importar pagaments
- Etiquetatge

A continuació, caldrà pagar les taxes si s'escau i corresponen.

Hi ha diversos productes i serveis de la UE que potencialment gaudeixen de més beneficis comercials de l'Acord, però, tot i així, molts exportadors de la UE, especialment les petites i mitjanes empreses (PIMES), perceben que és difícil exportar al Japó a causa de pràctiques comercials i comercials desconegudes. Aquesta guia presenta, en termes pràctics, per a sectors clau les coses més importants que les empreses de la UE haurien de saber quan exporten al Japó, de manera que els beneficis del lliure comerç puguin estar més disponibles per als exportadors de la UE el segon any de l'acord.

### **Relacions comercials Catalunya-Japó:**

El Japó és un dels països considerats com a estratègics per a les exportacions catalanes per part d'ACCIÓ, l'agència catalana de la competitivitat de l'empresa, i a més, les relacions entre Catalunya i el Japó han augmentat en els darrers anys, principalment en els sectors expressats anteriorment derivats principalment alimentaris i sector vinícola, especialment el cava, on destaca el consum de cava català.

La principal representació catalana en aquest gegant asiàtic es fa a través de l'[Oficina Exterior de Catalunya a Tòquio](#) per part d'ACCIÓ, des d'on s'ajuda a l'empresariat català a trobar noves oportunitats a la tercera economia del món, quant a aconseguir-hi nous clients i fer-hi noves aliances.

Per part del TecnoCampus, existeix contacte amb diferents actors del mercat japonès a destacar un Parc Tecnològic ubicat a Osaka, amb el qual es preveu iniciar la cooperació bilateral al llarg del 2021.