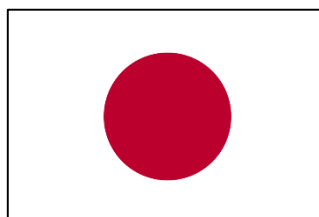




UNIVERSIDAD DE JAÉN  
*Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas*

## Trabajo Fin de Grado

# **COMERCIO INTERNACIONAL: EL CASO DE JAPÓN COMO DEMANDANTE DE ACEITE DE OLIVA**



**Ana Belén Díez Galiano**

**Enero, 2016**

## ÍNDICE

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| RESUMEN.....                                                                                  | 4  |
| 1. INTRODUCCIÓN.....                                                                          | 5  |
| 2. TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y MARCO INSTITUCIONAL DE LAS RELACIONES COMERCIALES..... | 7  |
| 2.1. Introducción.....                                                                        | 7  |
| 2.2. Teoría del comercio internacional.....                                                   | 7  |
| 2.2.1. Argumentos teóricos del comercio internacional entre países.....                       | 7  |
| 2.2.2. Argumentos teóricos de la internacionalización de empresas.....                        | 12 |
| 2.3. Marco institucional de las relaciones comerciales España-Japón.....                      | 18 |
| 3. LA ECONOMÍA DE JAPÓN.....                                                                  | 20 |
| 3.1. Contexto macroeconómico de Japón.....                                                    | 20 |
| 3.2. Estructura económica.....                                                                | 22 |
| 3.3. Importancia de la economía de Japón para la economía asiática.....                       | 25 |
| 4. EL PAPEL DE JAPÓN EN EL COMERCIO MUNDIAL.....                                              | 26 |
| 4.1. Contexto comercial.....                                                                  | 26 |
| 4.2. Exportaciones japonesas.....                                                             | 29 |
| 4.3. Importaciones de Japón.....                                                              | 31 |
| 4.3.1. Origen y productos.....                                                                | 31 |
| 4.3.2. Trámites para importar en Japón.....                                                   | 32 |
| 4.4. Balanza de pagos.....                                                                    | 34 |
| 4.5. Relaciones comerciales España-Japón.....                                                 | 35 |
| 5. COMERCIO DEL ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL EN JAPÓN.....                                         | 41 |
| 5.1. El mercado de aceite de oliva en Japón.....                                              | 41 |
| 5.2. El aceite de oliva español en Japón.....                                                 | 43 |
| 6. REFLEXIÓN FINAL.....                                                                       | 51 |
| 7. BIBLIOGRAFÍA.....                                                                          | 53 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Evolución del PIB japonés a precios corrientes (en millones de US\$) desde 1970 a 2014.....                         | 20 |
| 2. Evolución del IPC japonés (en % anual) de 1970 a 2014.....                                                          | 21 |
| 3. Evolución del porcentaje de deuda pública sobre el PIB de Japón.....                                                | 22 |
| 4. Comercio exterior de mercancías de Japón entre 2007 y 2014 (en millones de US\$).....                               | 28 |
| 5. Los diez productos más exportados por Japón en 2014 (en millones de US\$).....                                      | 30 |
| 6. Los diez productos más importados por Japón en 2014 (en millones de US\$).....                                      | 32 |
| 7. Evolución de las exportaciones e importaciones realizadas por España a/de Japón de 1995 a 2014 (en miles de €)..... | 35 |
| 8. Evolución de las importaciones de aceite de oliva de Japón (en toneladas).....                                      | 41 |
| 9. Exportaciones de aceite de oliva jiennense a Japón de 2004 a 2014 (en miles de €).....                              | 47 |
| 10. Toneladas de aceite de oliva jiennense exportadas a Japón entre 2004 y 2014.....                                   | 47 |

## **ÍNDICE DE CUADROS**

|                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Ejemplo numérico de ventajas absolutas.....                                                                      | 8  |
| 2. Ejemplo numérico de ventajas comparativas.....                                                                   | 9  |
| 3. Tipos de empresas internacionales.....                                                                           | 16 |
| 4. Situación económica de Japón en 2014.....                                                                        | 22 |
| 5. Estructura sectorial de Japón en 2014.....                                                                       | 24 |
| 6. Principales exportadores e importadores mundiales en 2014.....                                                   | 26 |
| 7. Datos de comercio exterior de Japón entre 2010 y 2014.....                                                       | 28 |
| 8. Comparación de las principales exportaciones japonesas entre 2007 y 2014.....                                    | 29 |
| 9. Importaciones de Japón.....                                                                                      | 31 |
| 10. Balanza de pagos de Japón en 2014.....                                                                          | 34 |
| 11. Datos del comercio de España con Japón 2010-2014 (en miles de €).....                                           | 36 |
| 12. Exportaciones españolas a Japón (en miles de €).....                                                            | 37 |
| 13. Importaciones de España procedentes de Japón (en miles de €).....                                               | 37 |
| 14. Productos más exportados a Japón desde España en 2014.....                                                      | 38 |
| 15. Productos más importados desde Japón por España en 2014.....                                                    | 39 |
| 16. Principales destinos de las exportaciones de aceite de oliva español en 2004 y 2014.....                        | 43 |
| 17. Tasa de variación de las exportaciones de aceite de oliva de España a los principales destinos (2004-2014)..... | 44 |
| 18. Toneladas y valor del aceite de oliva exportado a Japón en 2004 y 2014.....                                     | 45 |
| 19. Principales provincias españolas exportadoras de aceite de oliva a Japón en 2014 (en miles de €).....           | 46 |
| 20. Producción de aceite de oliva de España, Andalucía y Jaén en la campaña 2014/2015.....                          | 46 |

## **RESUMEN**

El comercio internacional, definido como el intercambio de bienes y servicios entre países, ha evolucionado considerablemente desde que Adam Smith analizara por primera vez sus beneficios en el siglo XVIII. Actualmente son muchas las empresas que no se dedican solamente al mercado nacional sino que operan en diferentes países alrededor del mundo, debido a las múltiples ventajas que conlleva.

El objetivo principal de este trabajo es analizar el comercio exterior Japón, por lo que es necesario en primer lugar, conocer su situación económica y en segundo término, sus relaciones comerciales a nivel mundial y concretamente con España.

El comercio entre estos dos países ha prosperado en los últimos años, adquiriendo cada vez más importancia. Hoy en día Japón está considerado como un mercado potencial para la economía española. El aceite de oliva, sector clave en la provincia de Jaén, mantiene una tendencia al alza en cuanto a las exportaciones a Japón, siendo éste el país que más incrementó sus compras de aceite de oliva español en 2014.

## **ABSTRACT**

International trade, defined as the exchange of good and services between countries, has significantly developed since Adam Smith analysed its benefits by the first time in the 18th century. Nowadays many companies don't work only in national markets, they operate in several countries around the world due to all advantages it involves.

The main objective of this work is to analyse Japan external trade, because of that, it is necessary to know its economy situation as well as its trade relationships, in particular with Spain.

The trade between these two countries has prospered the last few years, becoming more important. These days Japan is considered as a potential market for the Spanish economy. The olive oil, key sector of the province of Jaén, maintain an upward trend in exportation to Japan, becoming it as the country that increased more its purchase of Spanish olive oil in 2014.

## **1. INTRODUCCIÓN**

Ya en el siglo XVIII Adam Smith, analizó las consecuencias beneficiosas que tenía para una economía el intercambio de bienes entre países, es decir, del comercio internacional.

El comercio internacional es el tema de estudio que se trata en este trabajo, veremos tanto la información teórica como la práctica, a partir de datos reales actuales.

Una vez revisada la teoría que justifica los flujos de comercio entre países, se analiza el caso del comercio internacional de Japón, las relaciones comerciales bilaterales con España y se concluye con un capítulo dedicado al comercio del aceite español en Japón.

Tras buscar información sobre varios países, centro mi objeto de estudio en el caso de Japón por varias razones, la primera de ellas es que a nivel económico es actualmente la tercera potencia mundial, la segunda razón, es ser uno de los países considerados por el ICEX como preferente para las exportaciones españolas, por lo que cuenta con un Plan Integral de Desarrollo de Mercado y la tercera razón es que según el artículo “El aceite de oliva español, a la conquista del país del sol naciente”, publicado en la edición impresa número 127 de la revista *Alcuza* (octubre de 2015), es uno de los países en los que más ha crecido las importaciones de aceite de oliva, lo que resulta muy interesante dado que Jaén presenta una importante especialización productiva en aceite de oliva.

Este trabajo se divide en cinco capítulos y una reflexión final, en la que a partir de toda la información sobre la que se basa mi investigación para la elaboración de este trabajo, se presentan los principales resultados que de él se desprenden.

El segundo capítulo lo componen tres apartados; tras la introducción se trata la argumentación teórica del comercio internacional, tanto a nivel macroeconómico, con las teorías de Smith, Ricardo o la teoría de Heckscher-Ohlin, así como a nivel microeconómico o empresarial, con la teoría de los costos de transacción y la teoría ecléctica de Dunning, entre otras. El apartado tres hace referencia al marco institucional de las relaciones comerciales a nivel mundial, especialmente entre España y Japón, los países en los que se centra este trabajo.

El tercer capítulo, enfocado al estudio de la economía Japonesa, aborda la evolución económica del país en los últimos años, la situación actual en la que se encuentra y la estructura productiva, así como la importancia que tiene dentro del continente asiático.

El capítulo cuatro, está dedicado al comercio internacional de Japón, tanto sus exportaciones como importaciones son analizadas en esta parte, recoge cuáles son los productos que más importa y exporta así como los países de dónde proceden o los destinos de sus exportaciones. El último apartado de este capítulo está dedicado al comercio entre España y Japón, en el que se recoge la importancia de este comercio para cada uno de los países y los productos intercambiados entre ambos.

El comercio del aceite de oliva español en Japón es examinado en el quinto capítulo, aquí se realiza un análisis de la información encontrada sobre el mercado de este producto en el país nipón y la importancia que tiene el aceite español en este mercado así como la evolución producida en los últimos años y el peso de la provincia jiennense sobre la exportación total nacional.

## **2. TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y MARCO INSTITUCIONAL DE LAS RELACIONES COMERCIALES**

### **2.1. Introducción**

Este capítulo está compuesto por dos apartados. El primero, está dedicado a las teorías que proporcionan las causas del comercio internacional, tanto a nivel macroeconómico como microeconómico. A nivel macro descubriremos el porqué del intercambio de bienes entre países, qué es lo que les ha llevado a comercializar entre ellos, a partir de argumentos de autores como Adam Smith, David Ricardo, Heckscher, Ohlin, o Krugman. A nivel micro, se analizará el por qué las empresas se internacionalizan, Dunning con su teoría ecléctica muestra las causas, también los tipos de empresas internacionales, el proceso y los objetivos de la internacionalización.

En el segundo apartado, se estudia el marco institucional en el que se encuentra España, y cómo le ha influido formar parte de la Unión Europea para su comercio exterior, considerando el poder que esta institución tiene a escala mundial, tratando los diferentes acuerdos en el ámbito del comercio internacional con Japón.

### **2.2. Teoría del comercio internacional**

#### **2.2.1. Argumentos teóricos del comercio internacional entre países**

El siglo XVIII el economista escocés Adam Smith<sup>1</sup>, concretamente en 1776, fue el primero que enfocó su trabajo en demostrar que el libre comercio entre naciones proporcionaría beneficios para éstas. Este gran estudioso de la economía sostenía que toda persona y todo país deben especializarse en aquello que mejor hace. Si nos centramos en los países, éstos deben producir aquello que puedan hacer con más eficiencia que otros, a un menor coste, de la misma manera comprarán aquello que le resulte más barato comprar que producir. Su teoría de la ventaja absoluta se basa en que los países deben exportar aquellos bienes cuyos costes de producción sean más bajos que los costes productivos de otros países competidores, e importar los bienes que para el país fueran más caros de producir, de una manera menos eficiente, es decir aquellos en los que tenga una desventaja absoluta. También Smith expuso que la actividad

---

<sup>1</sup> Tomado de Tugores J. (2006), pp.32-34.



comercial proporciona una intensificación de la especialización y, consecuentemente, se produciría una mejora de la productividad nacional y un aumento de la producción mundial.

Siguiendo el ejemplo numérico de Raffo<sup>2</sup>, lo podemos ver de forma más sencilla:

**Cuadro 1**  
**Ejemplo numérico de ventajas absolutas**

|            | Costos en unidades de trabajo<br>por unidad de producto |          | Costos de oportunidad |          |
|------------|---------------------------------------------------------|----------|-----------------------|----------|
| Mercancías | Inglaterra                                              | Portugal | Inglaterra            | Portugal |
| Ropas      | 4                                                       | 6        | 0,25                  | 0,17     |
| Vino       | 8                                                       | 3        | 0,125                 | 0,33     |

Fuente: Raffo L. (2012).

Según la teoría de Adam Smith, Inglaterra debería especializarse en ropa, debido a que es el bien que tiene un coste para producirlo (4) menor si lo comparamos con el de Portugal (6) la produciría de una manera más eficiente. Portugal, por otro lado, debe especializarse en vino, ya que el coste absoluto real (3) es menor que el de Inglaterra (8). Así, ambos países se especializarían en el bien en el que son más productivos.

Pero si estos conocimientos los ponemos en práctica, nos damos cuenta que esta teoría en la vida real tendría dificultades, por ejemplo, si damos con el caso de un país que puede especializarse en varias cosas, es decir, si gracias a su posibilidad de acceso a una tecnología más avanzada o por la barata mano de obra con la cuenta, éste tendría acceso a una producción más eficiente, dejando a otros países sin oportunidad de especialización y con ello, sin posibilidad de intercambio comercial. En esta situación en la que un país acumularía todo el poder y la especialización, se impediría el desarrollo del sistema del comercio internacional.

Para dar solución a este problema, David Ricardo<sup>3</sup>, en 1817, propuso la teoría de las ventajas comparativas, ésta consiste en que no sólo hay que tener en cuenta qué es lo que cada país puede hacer bien, sino en lo que cada país es mejor que el resto. Según el economista inglés, cada país debe especializarse en aquello en lo que sea mejor comparado con el resto de países, fijarse en su ventaja comparativa para así conseguir una especialización que pueda ser beneficiosa para todos.

---

<sup>2</sup> Tomado de Raffo, L. (2012), pp.5-7.

<sup>3</sup> Tomado de Tugores J. (2006), pp.34-35.

Las ventajas absolutas eran para David Ricardo determinantes de los patrones comerciales para cada país, pero solamente servirían para explicar estos patrones en el caso en que la relación entre los costes unitarios de producción fuera igual a los costes de oportunidad de los mismos.

Un país tiene ventajas comparativas cuando el coste comparativo en la producción de un bien es menor que el del otro país, sin importar el coste absoluto del mismo bien. Este coste, hace referencia a lo que cuesta un bien en relación con lo que vale el otro bien, lo que corresponde a la cantidad de unidades de un bien X que se sacrifican al producir un bien Y y no un bien X.

Si se tiene en cuenta qué hacen los competidores evitaremos especializarnos en el mismo bien, y será más fácil adecuarse a lo que el mercado demanda. De esta manera, al adaptarse los países a la ventaja comparativa, no sólo se conseguiría un avance de la economía internacional, sino que también las economías nacionales, de manera individual, se verían afectadas positivamente, en resumen, todos saldrían ganando en este intercambio internacional de bienes.

También aquí se puede seguir el ejemplo de Raffo:

**Cuadro 2**  
**Ejemplo numérico de ventajas comparativas**

| Mercancías | Costos en unidades de trabajo por unidad de producto |          | Costos de oportunidad |          |
|------------|------------------------------------------------------|----------|-----------------------|----------|
|            | Inglaterra                                           | Portugal | Inglaterra            | Portugal |
| Ropas      | 4                                                    | 6        | 0,5                   | 0,6      |
| Vino       | 8                                                    | 10       | 2                     | 1,7      |

Fuente: Raffo (2012).

En este caso, aunque Portugal es menos productivo en la elaboración de ambos bienes (ya que los coste de producción son superiores en los dos casos), se beneficiaría al especializarse en la producción de vino y exportarlo a Inglaterra a cambio de ropa. Esto se da ya que el costo de oportunidad en la producción de vino es menor que el de Inglaterra. En el caso de Inglaterra, el país saldría ganando si se especializa en la producción de ropa, ya que el costo de oportunidad en la producción de este bien es menor. Por ejemplo: si el precio internacional de la ropa en unidades de vino fuera 0,55, Inglaterra ganaría 0,05 unidades de vino por cada unidad exportada de ropa. Mientras que Portugal se ahorraría 0,05 unidades de vino por cada unidad importada de ropa.

La principal crítica que se le hace a estas dos primeras teorías, es que tanto Adam Smith como David Ricardo no explicaban claramente las razones de las diferencias en los precios de los bienes entre los diferentes países.

Tras Smith y Ricardo han sido varios autores los que han propuesto teorías para explicar la especialización comercial. Ya que todas estas teorías no llegan a explicar completamente el comercio internacional que se da en nuestros días, han surgido nuevas teorías alternativas que intentan dar solución a esta realidad.

La utilización de tecnologías ha sido base para explicar la especialización comercial, ejemplo de ello es Posner<sup>4</sup>, que en 1961 planteó la idea de que ciertos flujos de comercio se deben a la llegada de nuevos bienes, producidos únicamente en el país en el que se surgieron ya que es el único país que tiene la tecnología que se necesita para su producción y son exportados sólo el mismo país hasta que el resto de países puedan imitar al país innovador.

También se encuentra como ejemplo a Vernon<sup>5</sup> que en 1966 indica que la capacidad de innovar de un país era una variable gracias a la cual se podría explicar la capacidad que tiene un país para exportar e invertir en el extranjero. En su modelo *El ciclo de vida del producto*, explica que los nuevos productos, se producirían inicialmente en los países líderes en la tecnología y éstos serían exportados desde este país a los demás y, a medida que la tecnología se estandariza y su demanda aumenta en otros países, se transmiten tanto la tecnología como la producción a través de inversión directa hacia los lugares donde se puedan fabricar con menores costes y con mayor accesibilidad a los mercados. Así el país innovador del producto se convertiría en importador del producto.

Los economistas suecos Heckscher y Ohlin<sup>6</sup> hicieron una propuesta para explicar los flujos de comercio entre países a partir de las diferentes dotaciones de factores en las economías y en la intensidad con la que se combinan estos factores en la producción de cada uno de los bienes. Ambos autores se apoyaban en que las diferencias en la dotación factorial son la razón

---

<sup>4</sup>Tomado de Alonso, J.A. (2000), pp.178-179.

<sup>5</sup> Tomado de Alonso, J.A. (2000), pp.178-179.

<sup>6</sup> Tomado de Alonso, J.A. (2000), pp.178-179.

principal de los costes comparativos y, como consecuencia, éstas serían el porqué del comercio internacional.

Este modelo teórico (H-O)<sup>7</sup> se compone de dos países, dos bienes y dos factores de producción (trabajo y capital). El razonamiento de este modelo se puede resumir en los siguientes puntos:

- Cada país tiene una cantidad relativa de factores diferente, por lo que en un país predomina el trabajo (al compararlo con el capital) y en otro país será el capital lo que abunde (en relación con el trabajo). En este punto hay que señalar que lo importante en la relación capital-trabajo que se da en un país en conexión a la que encontramos en el otro país.

- La combinación de los factores a la hora de producir un bien es diferente, por lo que la producción de un bien será más intensiva en trabajo y la del otro bien más intensiva en capital.

- La remuneración de cada factor de producción deberá ser diferente dependiendo del país que consideremos, dependerá de la dotación de cada factor con la que cuente.

- Dada la diferencia en costes de los factores, los precios de los bienes probablemente serán diferentes en cada país, será más barato el bien que se haya producido con una mayor intensidad en el factor más barato.

La conclusión que se saca sería que un país tiende a especializarse en el bien que se produce con una intensidad del factor más abundante en su territorio, por lo que exportará este bien que le supone un menor coste, ya que el producto es más barato, e importará el bien que utiliza intensivamente el factor relativamente escaso en el país, ya que tendría un coste de producción y un precio final superior.

Pero el modelo de H-O no se adapta a la realidad, debido a que no consigue explicar el intercambio de bienes entre países con similares dotaciones de factores, además una gran parte del comercio entre países está protagonizado por diferentes variedades de un mismo bien, lo que se conoce como comercio intraindustrial. Es en este punto cuando aparecen las teorías que explican este comercio, varios son los autores que lo investigan, entre ellos destaca Paul Krugman, economista estadounidense ganador del Premio Príncipe de Asturias de Ciencias

---

<sup>7</sup> Tomado de Alonso, J.A. (2000), pp.179-180.

Sociales en 2004 y Premio Nobel de Economía en 2008 por su análisis de los patrones comerciales y la localización de la actividad económica.

El modelo de Krugman<sup>8</sup> está basado en el concepto de las "economías de escala", este concepto explica como a mayores volúmenes de producción el coste es menor, lo que facilita la oferta de productos y como consecuencia se producirían beneficios para el consumidor.

Para su explicación, el autor distingue dos tipos de factores que influyen para que exista este comercio. En el primer tipo de factores se refiere a la clase de productos y, entre estos, se resalta que el comercio intraindustrial aparece en mayor grado en productos diferenciados, como, por ejemplo, el caso de automóviles, y en sectores donde las economías de escala tienen un papel relevante, que provoca que no se puedan hacer todas las variedades de cada bien en cada uno de los países del mundo.

El segundo tipo de factores se refieren a aquellos que están relacionados con las características de los países comerciantes, los factores que hacen que haya más comercio intraindustrial entre dos países con elevados niveles de renta, ya que en éstos habrá una mayor demanda de productos diferenciados, parecidos niveles de desarrollo, donde la oferta y demanda serán de similares productos, y donde no existan obstáculos al intercambio de bienes entre ellos, por no haber grandes costes de transporte entre ellos o bien por que existan acuerdos comerciales entre ellos.

Estas han sido las explicaciones que diferentes economistas han dado al comercio internacional, sugiriendo los beneficios que aportaría para cada uno de los países y para la economía global.

### **2.2.2. Argumentos teóricos de la internacionalización de las empresas**

En este apartado se analizan las causas que hacen que una empresa decida abrirse al exterior, y por qué éstas tienden cada vez más a la internacionalización, no conformándose con desarrollar su negocio únicamente en el mercado nacional.

---

<sup>8</sup> Tomado de Alonso, J.A. (2000), p.181.

La internacionalización fue definida por Andersen<sup>9</sup> en 1993 como *"el proceso de adaptar modalidades de transacción de intercambio a mercados internacionales"*.

Hay diferentes razones por las se decide optar por la internacionalización, Kindleberger (1969) y Hymer (1966) especificaron que para que las empresas tengan instalaciones productivas en el exterior, estas organizaciones tienen que tener alguna ventaja competitiva exclusiva (como serían la tecnología, la organización o la forma de comercialización) que haga sus productos de la empresa diferentes a los de los competidores. Poseer esta ventaja, le permite entrar a mercados extranjeros compitiendo con las empresas ya instaladas en el país (probablemente mejor establecidas y mejor informadas sobre ese mercado), aunque con esto probablemente no tengan suficiente para hacer frente a la que entra en el mercado con una importante ventaja competitiva por lo que tendrán que hacer lo posible por conseguir también dicha ventaja y de esta manera poder competir. Esta teoría se puede resumir en: si una empresa tiene una ventaja competitiva con la que pueda superar los contras que tiene ser extranjera, le resultará rentable y beneficioso desarrollar su actividad en otros países.<sup>10</sup>

La Teoría de la internacionalización, que tiene su origen en la teoría de los costos de transacción, se centra en una idea (proporcionada por Buckley y Casson en 1976): las empresas multinacionales son un mecanismo alternativo al mercado para gestionar actividades de valor a través de fronteras nacionales y deben darse dos condiciones para que las empresas hagan inversiones directas en otros países. La primera es la existencia de ventajas al localizar la actividad en el extranjero y la segunda sería que organizar estas actividades dentro de la empresa sea más rentable que venderlas o cederlas a entidades del país al que pretendemos llegar<sup>11</sup>.

La primera condición en la que se basa esta teoría se refiere a la diferencia que hay de costes unitarios de producir en el mercado nacional o exportar estos bienes al extranjero, estas diferencias se producen por los costes de aranceles, transporte, la intervención del gobierno y la posibilidad o no que tenga la empresa de obtener economías de escala.

---

<sup>9</sup> Tomado de Araya A. (2009), p. 19.

<sup>10</sup> Tomado de Becerra, G.; Guzmán A.; Rodríguez, D.F.; Trujillo, M. A.; (2006), pp.7-8.

<sup>11</sup> Tomado de Becerra, G.; Guzmán A.; Rodríguez, D.F.; Trujillo, M. A.; (2006), p.9.

La segunda, está conectada con los costes de transacción, ejemplos de estos costes pueden ser la dificultad de poner un precio a una transferencia de tecnología o los retrasos ocasionados por tener diferentes actividades en el mercado.

Esta teoría se concentra en la idea de que los beneficios de la internacionalización aparecen cuando se consigue evitar los costes relacionados con las imperfecciones del mercado externo y conllevará la creación de la empresa multinacional.

Dunning<sup>12</sup>, en su teoría ecléctica de 1981, explica que la manera de producir que tiene una empresa multinacional se debe al conjunto de sus ventajas, su tendencia a internacionalizarse y el interés que producen los mercados para producir en ellos. Por lo que la decisión de entrar en un mercado extranjero se hará basándose tanto en los costes como en las ventajas que se obtienen de producir en ese mercado. Para este economista, se tienen que dar cuatro condiciones para que una empresa decida instalarse en un país extranjero y explotar ahí sus ventajas competitivas.

La primera, que se obtiene de la Teoría de la Organización Industrial, la empresa debe poseer ventajas competitivas para con las empresas del país extranjero.

La segunda, es que para la empresa sea más rentable explotar estas ventas que vendérselas a otras empresas extranjeras y esto se produce generalmente por la reducción de los costes de transacción.

La tercera condición es que a la empresa le debe ser beneficioso localizar alguna parte de su producción en el país extranjero, esto dependerá de la calidad, el precio, la productividad de los factores productivos o el coste del transporte dado en el país que se quiera desarrollar esta actividad.

La cuarta condición, creada por Dunning, es que para que una empresa realice una inversión directa en el exterior sus directivos deben fijarse en que la producción exterior está en concordancia con la estrategia de la organización a largo plazo, dándose la configuración de las ventajas propias, de las ventajas de internalización, y de las ventajas de localización.

---

<sup>12</sup> Tomado de Becerra, G.; Guzmán A.; Rodríguez, D.F.; Trujillo, M. A.; (2006), pp.9-10.

El autor concluye su teoría afirmando que la empresa multinacional existe en la medida que integra todos los factores que los anteriores expertos aportaron a la teoría de la internacionalización.

Las teorías anteriormente explicadas muestran las causas de la internacionalización de las empresas, pero los objetivos de esta actividad serían, según Canals<sup>13</sup> (1997), la apertura hacia nuevos mercados, conseguir unos costes de producción más bajos y una estructura de la producción y la distribución de la empresa más eficiente.

Una vez que la empresa ha decidido que va a saltar al mercado internacional, tiene que seguir unos pasos para conseguirlo, siguiendo el modelo de la Escuela Uppsala, primeramente la empresa se desarrolla en el mercado nacional, después empiezan a abrirse al extranjero con exportaciones eventuales e irregulares, más tarde se emplean agentes independientes, seguidamente se implantarán filiales comerciales en el país extranjero y por último se instalarán las filiales productivas en el extranjero.<sup>14</sup>

De acuerdo con este autor, existen cuatro tipos de empresas multinacionales dependiendo de la parte del proceso de internacionalización en el que se encuentran:

1. Exportadora, suelen estar en la primera fase del proceso, se vende a algunos mercados extranjeros de forma puntual, teniendo la actividad productiva concentrada en el país de origen.

2. Multinacional, surgida en el siglo XIX con la industrialización en Gran Bretaña y Alemania, este tipo de empresas explotan alguna gran ventaja competitiva que posean diversificando sus actividades en diferentes países, su objetivo es repetir de manera prácticamente exacta la original en filiales en países extranjeros, algunos ejemplos son Nestlé o Coca Cola; en este tipo se produce una gran descentralización de la actividad en cada país.

3. Global, aparece por primera vez en la década de los ochenta, en ella hay un mayor peso de las operaciones internacionales que en las exportadoras y se diferencia de las multinacionales en la centralización de actividades importantes en el país de origen. Necesitan adaptarse a cada país y mercado para funcionar correctamente.

---

<sup>13</sup> Tomado de Araya A. (2009), pp.19-20.

<sup>14</sup> Tomado de Araya A. (2009), p.19.



4. Transnacional, combina adecuadamente una máxima eficiencia, la garantía para responder ante mercados locales y la capacidad de transmitir a toda la organización las experiencias e innovaciones que han encontrado en otros países.

Se puede decir que todas las internacionales tienen tres características: concentración, adaptación y aprendizaje y en todos los tipos, las poseen en mayor o menor medida y haciendo a éstas diferenciarse entre sí por el grado en que posean estas particularidades. En el cuadro que aparece a continuación, se pueden observar estas diferencias.

**Cuadro 3**  
**Tipos de empresas internacionales**

| Características | Empresa exportadora                                                             | Empresa multinacional                                            | Empresa Global                                                     | Empresa Transnacional                                                               |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Concentración   | Centralización de tareas clave.<br>Descentralización de la distribución.        | Descentralización e independencia de las unidades nacionales.    | Centralización.<br>Escala global.                                  | Dispersión, interdependencia y especialización de tareas.                           |
| Adaptación      | Adaptación de las competencias de la empresa matriz.                            | Gran sensibilidad a las oportunidades locales.                   | Implantación de las estrategias corporativas de la empresa matriz. | Contribuciones diferenciales de las unidades nacionales a las operaciones globales. |
| Aprendizaje     | Desarrollo de conocimiento en la empresa matriz y transferencia a otros países. | Desarrollo de conocimiento. Explotación en cada unidad nacional. | Desarrollo y explotación de conocimiento en la empresa matriz.     | Desarrollo conjunto y explotación global.                                           |

Fuente: Araya A. (2009).

Una vez que la empresa ha decidido qué producto va a comercializar y en qué mercado lo pretende hacer (teniendo en cuenta factores como la similitud de los mercados, los canales de distribución existentes, la cercanía física o el la estabilidad política y económica), hay que conocer todos los detalles sobre los consumidores del país, hay que saber los gustos y adaptarse al mercado para poder de este modo competir con las empresas locales. Cuando se tenga claro todo esto hay que decidir la forma de entrar al mercado extranjero y para ello hay tres diferentes modos de entrada<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Tomado de Benito-Osorio, D.; Peris-Ortiz, M.; Rueda-Armengot, C. (2013), pp.4-6.

1. La exportación es la manera más sencilla de internacionalización, y suele ser el primer paso del proceso. Consiste en vender los productos de la empresa en el mercado internacional manteniendo la producción en el país de origen. Existen dos tipos de exportación:

a) Directa: se vende directamente a compradores finales en el extranjero y se hace cargo de todos los aspectos burocráticos, logísticos, y financieros que conlleva una exportación.

b) Indirecta: cuando se realiza por medio de intermediarios independientes, quienes se hacen cargo de todo y la empresa se limita a producir y vender como lo hace con sus clientes locales.

## 2. Acuerdos de cooperación contractuales

a) Una licencia es un acuerdo en el que la empresa origen concede a la extranjera el derecho a usar un proceso productivo, una patente, una marca registrada y otros activos intangibles a cambio de un pago fijo inicial, uno periódico o ambos; cuando se cede una licencia se pierde control sobre el negocio ya que se ve obligado a ceder su sistema productivo.

b) Una franquicia es otro tipo de acuerdo mediante el cual la franquiciadora no solo autoriza el uso de su marca, sino que provee a la otra empresa de un producto o de un sistema estandarizado de operaciones y de marketing en el punto de venta.

## 3. Inversión directa

a) Una Joint-Venture es un acuerdo contractual mediante el que se intercambian acciones o bien, se crea una nueva empresa. Este tipo de inversión tiene un mayor riesgo que con las otras alternativas aunque no se controla todo el proceso de internacionalización. En este caso es importante resaltar que en muchos países, las empresas internacionales no pueden instalarse a no ser que lo hagan en asociación con una empresa local.

b) Las subsidiarias propias serían el caso de las multinacionales, empresas globales y las transnacionales. Aquí la empresa controla todo el proceso en el exterior.

Los principales obstáculos que se pueden encontrar en el proceso de internacionalización son la falta de información y recursos que impidan llegar a un país extranjero.

### **2.3. Marco institucional de las relaciones comerciales España-Japón**

El 1 de enero de 1986 se produjo la integración efectiva de España a la entonces llamada Comunidad Económica Europea, la actual Unión Europea.

El Tratado de Roma<sup>16</sup> (25 de marzo de 1957) tenía como objetivo crear un mercado común entre los Estados miembros de la Comunidad que permitiera la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales.

Los Estados miembros de la UE crearon una unión aduanera<sup>17</sup> que preveía un régimen de importación común para las importaciones procedentes de los Estados terceros. La política comercial común de la Comunidad<sup>18</sup> se basa, pues, en un arancel exterior común que se aplica de manera uniforme a todos los Estados miembros. El régimen comercial de importación y exportación de aplicación en el territorio español viene determinado por la política comercial común, estando recogido en numerosos reglamentos comunitarios.

Debido a la extensión del comercio internacional, la política comercial común se ha convertido en una de las políticas más importantes de la Comunidad, así nos lo indica la UE en su sitio web oficial. Al mismo tiempo, las continuas ampliaciones de la Comunidad y la consolidación del mercado común acrecentaron la posición de la Comunidad Económica Europea como polo de atracción y de influencia sobre las negociaciones comerciales, bilaterales con estados terceros o multilaterales en el GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio). Así, la Unión desarrolló paulatinamente una gran red de relaciones comerciales a nivel mundial.

Actualmente cuenta con acuerdos comerciales en los distintos continentes<sup>19</sup> (América, Países mediterráneos, Asia, Oceanía y Europa). Por todo esto, la Unión Europea se establece a día de hoy como el primer actor mundial de los intercambios internacionales, delante de los Estados Unidos y Japón.

---

<sup>16</sup> Tomado de la UE (2015).

<sup>17</sup> Tomado de la UE (2015).

<sup>18</sup> Tomado de la UE (2015).

<sup>19</sup> Tomado de la Comisión Europea (2015).

Centrándonos en las relaciones que la Unión Europea mantiene con Japón<sup>20</sup>, se puede decir que el primer acuerdo fue elaborado en 1991, se trata de la Declaración Conjunta, que pretendía intensificar el diálogo y la cooperación por ambas partes en asuntos internacionales, de interés común, pudiendo ser de cualquier ámbito (político, económico, científico, cultural, etc). En 2001 se estableció el primer Plan de Acción, que consolidaba el acuerdo de 1991 para el futuro. En cuanto a políticas de cooperación aduanera, existen varios acuerdos internacionales, los cuales se detallan a continuación por orden cronológico.

En 2002: Japón y UE adoptan el *Acuerdo sobre Reconocimiento Mutuo*, en términos de terminales de telecomunicaciones y radio, productos eléctricos así como para productos químicos y farmacéuticos, con el propósito de hacer más asequible acceder a los dos mercados. Al año siguiente, se aprobó el *Acuerdo de Cooperación sobre Actividades Contrarias a la Competencia* entre ambas partes. En 2008 concertaron un *Acuerdo de Cooperación para la Asistencia Mutua en Asuntos Administrativos* y en 2009 un *Acuerdo sobre Ciencia y Tecnología*.

El organismo encargado de promover los lazos entre la UE y Japón en el terreno de la industria, comercio e inversiones es El Centro de Cooperación Industrial UE-Japón, también actualmente cuenta con una Mesa Redonda Empresarial para impulsar los negocios.

Se puede decir que a lo largo de los años han aumentado las relaciones comerciales entre la Unión y el país nipón y se puede observar sin duda en las Cumbres UE-Japón celebradas desde 1991 y que son ya 23 ediciones, la última en mayo de 2015. Desde 2011 cuando se realizó una de estas Cumbres, la UE y Japón intentan consensuar el futuro, así como las condiciones necesarias para iniciarlo.

En abril de 2013 se iniciaron las negociaciones para un Acuerdo de Asociación Estratégica y para el Acuerdo de libre comercio UE-Japón. Este acuerdo es de gran importancia para las empresas españolas, según dice la secretaria general del Tesoro y Política Financiera, Rosa Sánchez-Yebra, que indicó una apertura de nuevas oportunidades de cara al futuro, tanto para las empresas españolas en Japón como para las japonesas en nuestro país.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Tomado de la secretaría de estado de comercio (2015)

<sup>21</sup> Fuente: [eleconomista.es](http://eleconomista.es) (2015)

### **3. LA ECONOMÍA DE JAPÓN**

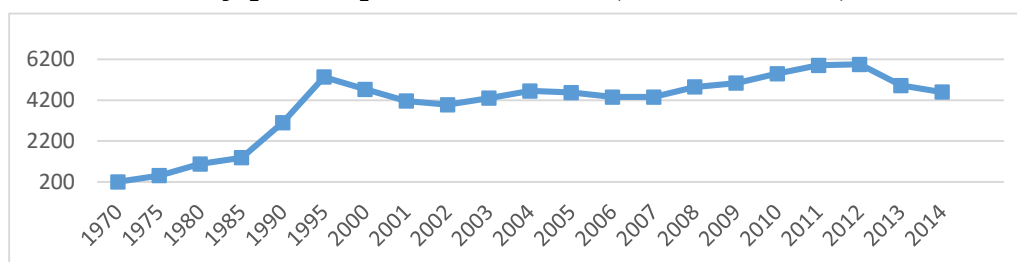
#### **3.1 Contexto macroeconómico de Japón**

Japón es una de las grandes potencias mundiales, actualmente contempla el tercer puesto gracias a su PIB (Producto Interior Bruto)<sup>22</sup>. Archipiélago asiático formado por 6852 islas, este país está situado al este del continente, bañada por el océano Pacífico. Se encuentra limitada por Rusia, China, Corea del Norte y Corea del Sur al oeste, el mar de Ojotsk al norte y Taiwán junto con el mar de China Oriental al sur<sup>23</sup>. Tokio es la capital de la nación, y la mayor área metropolitana del mundo ya que cuenta con más de treinta millones de residentes.

A día de hoy la economía japonesa<sup>24</sup> está muy condicionada a la estrategia económica llevada a cabo por el gobierno, ésta se conoce como "Abenomics" y fue puesta en marcha en 2012 al proclamarse Shinzo Abe, líder del Partido Liberal demócrata, como Primer ministro del país. Pero antes de explicarla, hay que tener en cuenta el contexto histórico en el que se elaboró.

Se puede ver la evolución desde 1970 hasta 2014 en el siguiente gráfico (con datos del banco mundial). El PIB a precios corrientes aumentó hasta 1995, reduciéndose hasta el año 2000, después la evolución ha ido variando dependiendo de la época, por ejemplo, durante el período de crisis, 2006 y 2007 se redujo aumentando los años posteriores, podemos ver cómo se ha ido reduciendo el PIB desde que se implantaron las reformas en 2012.

**Gráfico 1**  
**Evolución del PIB japonés a precios corrientes (millones de US\$) de 1970 a 2014.**



Fuente: Worldbank.

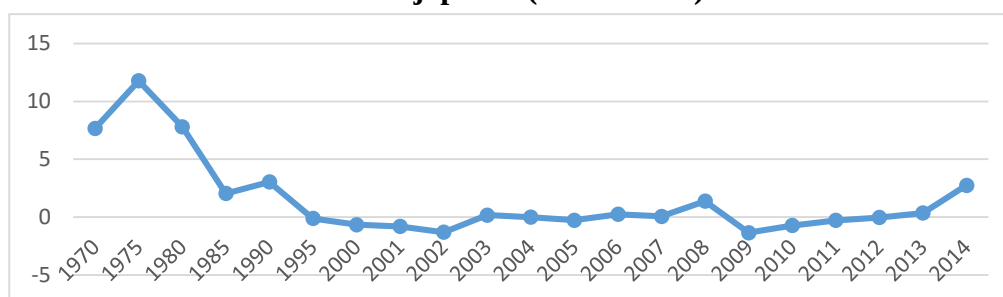
<sup>22</sup> Datosmacro.com (2015)

<sup>23</sup> Ices(2015).

<sup>24</sup> Ices (2015).

Con respecto a los datos de inflación, se puede destacar la inflación negativa o nula durante prácticamente todo el periodo desde 1995 a 2012 (con una excepción en 2008 donde llegó a ser positiva), tras instaurar las reformas se puede ver un notable incremento de la inflación.

**Gráfico 2**  
**Evolución del IPC japonés (en % anual) de 1970 a 2014**



Fuente: Worldbank.

En el año 2012 alcanzó el poder el primer ministro Abe, el cual presentó la estrategia de la que hablamos anteriormente, una estrategia agresiva con la que pretendía sacar al país de la situación en la que se encontraba y convertir a Japón en, según sus palabras, "el mejor país mundial para los negocios".<sup>25</sup>

Esta estrategia tiene tres puntos sobre los que actuar para conseguir los objetivos, el primero es una economía monetaria expansiva, para llegar a una inflación del 2%, el segundo, una política fiscal flexible que utilizaría estímulos fiscales si fuera necesario del mismo modo que obtendría un equilibrio en el presupuesto de 2020, y el tercer punto clave sería un ambicioso paquete de reformas estructurales enfocadas a impulsar la inversión privada.

Actualmente la tasa de desempleo, establecida en un 3,4%, es una cifra cercana al pleno empleo si comparamos con otros países desarrollados como España, pero hay que tener en cuenta que en este país la mujer participa muy poco en el mercado laboral (tasa de actividad femenina es 49% frente al 85% de la tasa de actividad masculina) y que hay gran parte del empleo en el país que se da en actividades con poco valor añadido y baja remuneración debido al sistema empresarial y laboral establecido. Y si nos centramos en la tasa de desempleo juvenil (15-24 años) en 2014 es del 6,3% donde se sigue viendo la gran diferencia con otros países.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Ices (2015).

<sup>26</sup> Banco mundial (2015).

A continuación, algunos datos macroeconómicos interesantes de Japón en 2014:

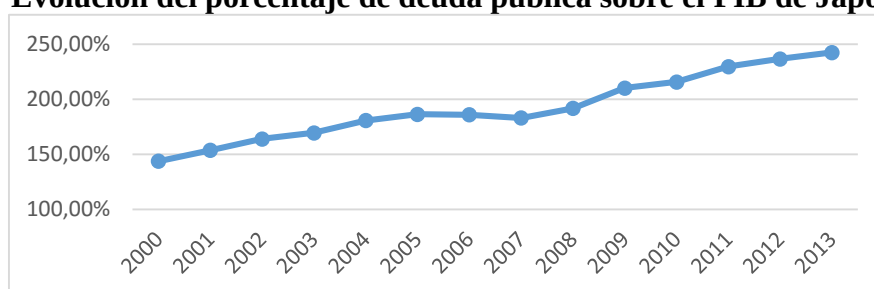
**Cuadro 4**  
**Situación económica de Japón en 2014**

| Japón 2014                        |                 |
|-----------------------------------|-----------------|
| Superficie (km <sup>2</sup> )     | 377960          |
| Moneda (1€= 132,41JPY)            | Yenes Japoneses |
| Población (millones)              | 127,1           |
| PIB (US\$ a precios actuales )    | 4,601 billones  |
| PIB per cápita (US\$)             | 36194,42        |
| Crecimiento del PIB anual (%)     | -0,1045         |
| Tasa de desempleo general (%)     | 3,4             |
| Inflación (%)                     | 2,7             |
| Deuda (% del PIB)                 | 242,59          |
| Balanza comercial (millones US\$) | -138.405,5      |
| Importaciones (millones US\$)     | 822.251,1       |

Fuentes: Datosmacro y Worldbank.

Respecto a la llamativa Deuda pública, hay que decir que Japón es el segundo país del mundo con mayor deuda pública por volumen de deuda, y si comparamos la deuda con el PIB, se puede considerar a Japón el país más endeudado a nivel mundial. En el siguiente cuadro aparece una evolución de la misma.

**Gráfico 3**  
**Evolución del porcentaje de deuda pública sobre el PIB de Japón**



Fuente: Datosmacro.

### 3.2. Estructura económica

El sector primario no tiene gran importancia en Japón, ya que el país no posee muchos recursos. Se sitúa en la primera posición mundial como importador de productos agrícolas es

un importante importador de trigo, soja, maíz y carnes<sup>27</sup>. La agricultura en el país está muy protegida ya que sólo un 15% de la superficie se puede cultivar, el té y el arroz son los principales productos cultivados<sup>28</sup>. Esta actividad económica no es muy importante, emplea a menos del 4% de la población activa. No se da la misma situación en cuanto a la pesca, ya que debido a su situación geográfica, es uno de los principales proveedores de productos de pesca, produciendo un 3,3% del total mundial, aunque las importaciones de pescado se han visto incrementadas y ahora suponen un 57% del consumo total del país.<sup>29</sup>

En cuanto al sector secundario, la industria está muy diversificada, engloba desde productos básicos como el acero o el papel hasta productos de alta tecnología. Japón es líder en robótica, automotriz, biotecnología, nanotecnología y energías renovables. Este poder se debe a su superioridad tecnológica y tamaño de algunas de sus empresas, las cuales tienen una amplia cuota de mercado a nivel mundial aunque se ven limitadas para su expansión por los precios competitivos de otros países.<sup>30</sup>

Es el segundo mayor productor de vehículos y barcos en el mundo<sup>31</sup>, la producción japonesa de vehículos incluyendo tanto coches como camiones y resto de vehículos supera los 8,2 millones de unidades. Muchas empresas japonesas de este sector son las primeras a nivel mundial: Toyota, Honda, Suzuki o Mitsubishi. Es líder mundial en productos electrónicos así como en las TIC y en la producción de máquina-herramienta. Por otra parte, hay una gran inversión en I+D en el campo de fabricación de componentes y materiales para los sectores de alta tecnología, igualmente importantes son las industrias de la biotecnología y la farmacéutica. La industria aporta casi el 30% del PIB.

Es el sector terciario el más importante de Japón, ya que supone el 70% del PIB, y también emplea al 70% de la población activa. Algunas importantes empresas del sector son conocidas mundialmente, por ejemplo NTT, Sumitomo Mitsui Financial, Softbank o AEON.

---

<sup>27</sup>Icex (2015).

<sup>28</sup> Portal Santander Trade (2015).

<sup>29</sup> Icex (2015).

<sup>30</sup> Icex (2015).

<sup>31</sup> Icex (2015).



Pero este tipo de empresas no están tan abiertas al extranjero y, mantienen normalmente oligopolios protegidos de la competencia exterior.<sup>32</sup>

Si nos centramos en el comercio tanto mayorista como minorista, la mayoría son pequeñas empresas, muchas de ellas familiares, aunque el mercado evoluciona hacia la apertura de grandes almacenes y centros especializados, de la misma manera los centros comerciales están teniendo un gran éxito. Hay una tendencia a abrir grandes superficies en Japón, la mayoría con capital extranjero.

No hay que olvidar la importancia de los servicios financieros en este país, el cual posee algunos de los bancos más grandes del mundo (debido a las grandes alianzas y fusiones que se llevaron a cabo en la reestructuración tras la crisis de los 90), algunos ejemplos serían Bank of Tokio Mitsubishi UFJ o Mizuho Corporate Bank. Gracias a la saneada estructura y la buena capitalización con la que cuentan. La crisis financiera internacional les afectó pero de manera muy débil, lo que hizo que el sector bancario japonés llevara a cabo una estrategia expansiva al tener la ventaja de ser más fuertes que los bancos occidentales.

**Cuadro 5**  
**Estructura sectorial de Japón en 2014**

| Aportación de cada sector al PIB de Japón en 2014 |        |
|---------------------------------------------------|--------|
| Sector Primario                                   | 1,20%  |
| Sector Industrial                                 | 26,30% |
| Sector Servicios                                  | 72,50% |

Fuente: ICEX (2015).

En cuanto a la estructura empresarial japonesa, esta estructura se basa generalmente en dos grupos, el primero formado de grandes entes que controlan la mayoría del sector industrial y de servicios, normalmente son empresas que se han expandido a otros países y que tienen una gran presencia en el mercado internacional y el otro grupo estaría formado por un gran número de PYMES.<sup>33</sup>

En el primer grupo se encuentran los llamados *zaitbatsus*, agrupaciones de empresas relacionadas de manera horizontal. Estas empresas durante el periodo de guerra se dedicaron a la industria militar y al finalizar la misma fueron desmontados por Estados Unidos. Éstas resurgieron más tarde como monopolios, actualmente Japón tiene seis grandes *zaitbatsus*:

---

<sup>32</sup> Ices (2015).

<sup>33</sup> Rodríguez, E. (2012), pp.18-19.

Mitsui, Mitsubishi, Sumitomo, Fuyo, Sanwa Ichiban. Las relaciones entre los *zaitbatus* se limitan a acuerdos monopólicos relacionados con los precios y el liderazgo en mercados y territorios. Relacionados con este grupo, pero de forma vertical, los *keiretsus* que son grupos de pequeñas y medianas empresas, dependientes de la gran industria, normalmente unidos mediante la subcontratación.

### **3.3. Importancia de la economía de Japón para la economía asiática**

Japón tiene un gran peso en Asia, gracias a su consideración como la tercera potencia mundial. En términos de comercio exterior, es el cuarto exportador e importador a nivel mundial y el principal inversor mediante inversiones directas en los países asiáticos y también tiene una fuerte posición inversora en el resto del mundo. Se considera como el mayor donante hacia los países más pobres de la región<sup>34</sup>.

Su poder económico se basa en estar a la vanguardia tecnológica industrial, es uno de los países más avanzados del mundo a nivel industrial y tecnológico en muchos sectores económicos entre los que se pueden encontrar la automoción, la maquinaria, la robótica, la óptica, la construcción naval y el procesamiento de alimentos.

Sus principales socios comerciales, tanto en exportación como en importación, son países de la misma región, China, Corea del Sur, Taiwán o Indonesia son algunos de ellos. A pesar de ser uno de los principales exportadores mundiales, es un gran importador mundial, ya que es muy dependiente al exterior para el suministro de materias primas, principalmente las energéticas.

Japón ha mantenido una fuerte actividad dirigida a firmar acuerdos de liberalización con países de Asia-Pacífico en los últimos años<sup>35</sup>. Actualmente ya cuenta con Acuerdos de Libre Comercio (ALC) con Singapur, Malasia, Filipinas, Tailandia, Indonesia, Brunei e India y se encuentra en negociaciones con Vietnam y Corea del Sur, Además cuenta con acuerdos con Australia desde 2014 y con Mongolia con el que ha acordado en este año 2015.

---

<sup>34</sup> Ices (2015).

<sup>35</sup> Ices (2015).

## **4. EL PAPEL DE JAPÓN EN EL COMERCIO MUNDIAL**

### **4.1. Contexto comercial**

Japón es actualmente el cuarto exportador e importador de mercancías a nivel mundial. Solamente le superan China, EEUU y Alemania, tanto en exportaciones como importaciones.<sup>36</sup>

En el siguiente cuadro aparecen los principales exportadores mundiales, así como la cifra de ventas y el porcentaje sobre el comercio mundial total en la parte izquierda, en la parte derecha se encuentran los diez principales importadores con su cifra de compras así como la parte del total de importaciones que supone cada país importador.

**Cuadro 6**  
**Principales exportadores e importadores mundiales en 2014**

| Exportadores |              | Cifra ventas (miles de millones de US\$) | %    | Importadores |              | Cifra compras (miles de millones de US\$) | %    |
|--------------|--------------|------------------------------------------|------|--------------|--------------|-------------------------------------------|------|
| 1º           | China        | 2.342                                    | 12,3 | 1º           | EEUU         | 2.413                                     | 12,6 |
| 2º           | EEUU         | 1.621                                    | 8,5  | 2º           | China        | 1.959                                     | 10,3 |
| 3º           | Alemania     | 1.508                                    | 7,9  | 3º           | Alemania     | 1.216                                     | 6,4  |
| 4º           | Japón        | 684                                      | 3,6  | 4º           | Japón        | 822                                       | 4,3  |
| 5º           | Países Bajos | 672                                      | 3,5  | 5º           | Reino Unido  | 684                                       | 3,6  |
| 6º           | Francia      | 583                                      | 3,1  | 6º           | Francia      | 678                                       | 3,5  |
| 7º           | Corea        | 573                                      | 3    | 7º           | Hong Kong    | 601                                       | 3,1  |
| 8º           | Italia       | 529                                      | 2,8  | 8º           | Países Bajos | 588                                       | 3,1  |
| 9º           | Hong Kong    | 524                                      | 2,8  | 9º           | Corea        | 526                                       | 2,8  |
| 10º          | Reino Unido  | 506                                      | 2,7  | 10º          | Canadá       | 475                                       | 2,5  |

Fuente: OMC.

Analizamos los principales países exportadores, Japón es el cuarto exportador mundial, tiene una cifra de ventas que supera los 680.000 millones de dólares, tendiendo en sus manos el 3,6% de las exportaciones a nivel mundial. Las cuales, según las estadísticas de la Organización Mundial del Comercio, son de 19.002.190 millones de dólares.

Por otro lado, las importaciones totales a nivel mundial suponen 19.091.010 millones de dólares según la Organización Mundial del Comercio, de las cuales más de 820.000 millones de dólares son importaciones a Japón lo que supone el 4,3% de las importaciones mundiales, el

---

<sup>36</sup> OMC (2015)

país ocupa la cuarta posición a nivel mundial como importador (por detrás de EEUU, China y Alemania).

Como contraste a la situación actual, se puede citar el modelo autárquico de desarrollo que tenía el país hasta 1845, el cual le llevó a tener una escasa apertura comercial y una tardía inclusión en acuerdos liberalizadores del comercio internacional. Fue en ese año cuando se produjo la firma del primer tratado con un país extranjero (Estados Unidos) al que permitía la utilización de sus puertos y así se inició una intensa industrialización y modernidad que se consolidó en el siglo XX.

Actualmente, las relaciones comerciales de Japón se extienden a muchos países del mundo, pero EEUU, China y la Unión Europea son sus principales socios comerciales.

Los puertos son la base del comercio exterior del país, Japón tiene a lo largo de su costa puertos donde se incluyen 23 principales, todos ellos distribuyen el 99% del comercio exterior y el 42% del nacional, con un flujo superior a 3000 miles de toneladas por año. Los aeropuertos son el otro medio de distribución del país, transportando más de 3100 miles de toneladas por año, las aerolíneas japonesas mueven un tercio de la cantidad total del flete internacional.

A lo largo de este capítulo se analizarán los productos más exportados así como los más importados por este país, al final, en un apartado de este capítulo se trata la información sobre las relaciones comerciales España-Japón.

En el cuadro que aparece a continuación observamos la evolución de los datos más importantes sobre el comercio exterior en el país nipón desde 2010 a 2014. Aunque durante estos últimos cuatro años no se han producido cambios notorios, de este cuadro obtenemos bastante información sobre la situación actual del comercio exterior de Japón.

En estos últimos cuatro años en términos generales se ha producido una disminución de la exportación de bienes y, aunque hay un crecimiento en los servicios, en términos generales actualmente las exportaciones son menores que hace cuatro años. Se ha producido un incremento de las importaciones tanto en bienes como en servicios. De esta manera el valor de las importaciones ha sido superior al de las exportaciones dando lugar a una balanza comercial negativa desde 2011. También un dato a tener en cuenta para nuestro análisis es la importancia

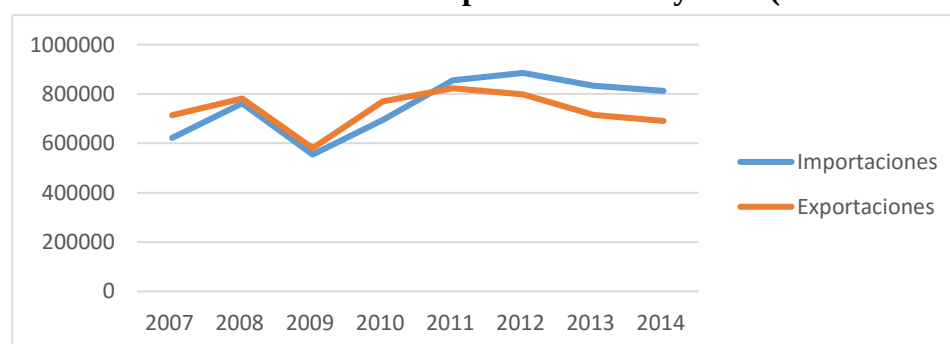
del comercio exterior en el PIB japonés., ya que en estos años se ha visto incrementado la proporción que supone éste sobre el PIB, llegando a más del 35% en 2013.

**Cuadro 7**  
**Datos comercio exterior de Japón entre 2010 y 2014**

| COMERCIO EXTERIOR                                                   | 2010    | 2011      | 2012      | 2013    | 2014      |
|---------------------------------------------------------------------|---------|-----------|-----------|---------|-----------|
| Exportación de bienes ( <i>millones de USD</i> )                    | 769.839 | 823.184   | 798.568   | 715.097 | 683.846   |
| Exportación de servicios ( <i>millones de USD</i> )                 | 138.703 | 142.551   | 142.489   | 143.890 | 158.081   |
| Total exportaciones bienes y servicios ( <i>millones de USD</i> )   | 908.542 | 965.735   | 941.057   | 858.987 | 841.927   |
| Exportación de bienes y servicios ( <i>crecimiento anual en %</i> ) | 24,4    | -0,4      | -0,2      | 1,5     | -         |
| Exportación de bienes y servicios ( <i>en % del PIB</i> )           | 15,2    | 15,1      | 14,7      | 16,2    | -         |
| Importación de bienes ( <i>millones de USD</i> )                    | 694.059 | 855.380   | 885.843   | 833.166 | 822.251   |
| Importación de servicios ( <i>millones de USD</i> )                 | 155.613 | 165.727   | 174.924   | 160.941 | 189.932   |
| Total importaciones bienes y servicios ( <i>millones de USD</i> )   | 849.672 | 1.021.107 | 1.060.767 | 994.107 | 1.012.183 |
| Importación de bienes y servicios ( <i>crecimiento anual en %</i> ) | 11,1    | 5,9       | 5,3       | 3,1     | -         |
| Importación de bienes y servicios ( <i>en % del PIB</i> )           | 14      | 16        | 16,7      | 19      | -         |
| Balanza comercial ( <i>millones de USD</i> )                        | 108.524 | -4.474    | -53.484   | -89.648 | -99.200   |
| Comercio exterior ( <i>en % del PIB</i> )                           | 29,1    | 31,2      | 31,3      | 35,1    | -         |

Fuente: Worldbank.

**Grafico 4**  
**Comercio exterior de mercancías de Japón entre 2007 y 2014 (en millones de US\$)**



Fuente: Comtrade.

En el gráfico anterior, aparece la evolución tanto de las exportaciones como de las importaciones de Japón, se observa cómo fue en 2009 cuando hubo una importante caída, siendo 2011 el mejor año para las exportaciones japonesas. Es desde ese año cuando el valor

de las importaciones comenzó a superar al de las exportaciones, produciendo un resultado negativo de la balanza comercial Japonesa en estos últimos cuatro años.

## 4.2. Exportaciones japonesas

Las exportaciones japonesas actualmente tienen como principal país receptor a Estados Unidos (con un 19% del total de productos exportados), le siguen China, la Unión Europea y Corea del Sur, estos son los cinco principales receptores de las exportaciones que salen de Japón.<sup>37</sup>

En el siguiente cuadro comparativo con datos de 2007 y 2014 se puede analizar si hay diferencias en cuanto a las exportaciones japonesas entre el año en que comenzaba la crisis financiera internacional y la situación actual.

**Cuadro 8**  
**Comparación de las principales exportaciones japonesas entre 2007 y 2014**

| Exportaciones de Japón |                          |         |           |                            |        |           |
|------------------------|--------------------------|---------|-----------|----------------------------|--------|-----------|
| Destino                | Valor (millones de US\$) |         |           | % sobre el total exportado |        |           |
|                        | 2007                     | 2014    | Variación | 2007                       | 2014   | Variación |
| Estados Unidos         | 129.951                  | 145.623 | 12,06%    | 18,26%                     | 21,83% | 3,57%     |
| China                  | 124.986                  | 129.935 | 3,96%     | 17,56%                     | 19,48% | 1,92%     |
| Unión Europea          | 71.009                   | 105.654 | 48,79%    | 9,98%                      | 15,84% | 5,86%     |
| Corea                  | 50.488                   | 54.333  | 7,62%     | 7,09%                      | 8,14%  | 1,05%     |
| Taipei Chino           | 38.909                   | 44.889  | 15,37%    | 5,47%                      | 6,73%  | 1,26%     |
| Total                  | 711.820                  | 667.130 | -6,28%    | -                          | -      | -         |

Fuente: OMC.

El total de importaciones ha disminuido de 711.820 millones de dólares en 2007 a 667.130 en 2014 (un 6,28 %). Los cinco principales países receptores se han mantenido, pero se ha modificado la cuota con la que participan al total y el valor de las exportaciones.

Siguiendo los datos del cuadro, se observa cómo, aunque la cifra total ha disminuido, las exportaciones a estos cinco países han aumentado en todos los casos, siendo el incremento más notable el de la Unión Europea (en 2014 ha importado desde Japón casi un 49% más que en 2007), seguido del incremento del Taipei Chino y Estados Unidos. En relación a la aportación sobre el total exportado desde Japón, también ha sido la UE la que ha registra un

---

<sup>37</sup> OMC (2015).

mayor incremento, siendo prácticamente un 6% superior a la de 2007, seguida de EEUU y China (aumentando un 4% y un 2% respectivamente).

Con respecto a 2013, los mayores crecimientos de las ventas en 2014 se produjeron en Hong Kong, Alemania y Singapur, las mayores caídas fueron en las ventas a Australia, Tailandia e Indonesia.<sup>38</sup>

En cuanto a los productos exportados por Japón, los automóviles, y los vehículos en general son las exportaciones más importantes, seguidos de maquinaria, piezas y repuestos, circuitos eléctricos integrados e electrónicos, impresoras industriales y refinado de petróleo, entre otros productos. En el siguiente gráfico podemos ver detalladamente cuales son los 10 grupos de productos más vendidos por Japón al resto del mundo, así como el valor que supone en millones de dólares.

**Gráfico 5**  
**Los diez productos más exportados por Japón en 2014 (en millones de US\$)**



Fuente: Comtrade.

La exportación de vehículos (en los que no se incluyen ni trenes ni tranvías) supuso en 2014 unos 142.500 millones de dólares para el país nipón. Gran importancia tienen también las exportaciones de Maquinaria y herramientas así como las de equipamiento eléctrico y electrónico, proporcionando 132.400 y 104.100 millones de dólares en ventas respectivamente.

Como se comentó en el capítulo 3, Japón es el principal productor de vehículos a nivel mundial de ahí la gran importancia de las exportaciones de estos productos, así mismo el país es líder en robótica y tecnología, en general, por eso no es de extrañar que entre sus principales productos se encuentre equipamientos electrónicos, maquinaria o aparatos ópticos.

<sup>38</sup> OMC (2015).

### 4.3. Importaciones de Japón.

#### 4.3.1. Origen y productos

Según datos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), la procedencia de las importaciones japonesas en 2014 ha sido principalmente China, la Unión Europea en su conjunto, Estados Unidos, Australia , Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Catar, Corea del Sur, Malasia, Indonesia y Rusia.

Al compararlas con el año anterior, se incrementan las importaciones procedentes de los países anteriormente citados (los incrementos más notables fueron los de EEUU, China y Malasia), las importaciones indonesias, por el contrario, sufrieron un decrecimiento de un 3,4%.

El cuadro siguiente, se comparan los datos de los seis países que más han vendido a Japón, entre los años 2007 y 2014, desde que comenzó la crisis hasta nuestros días.

**Cuadro 9**  
**Importaciones de Japón**

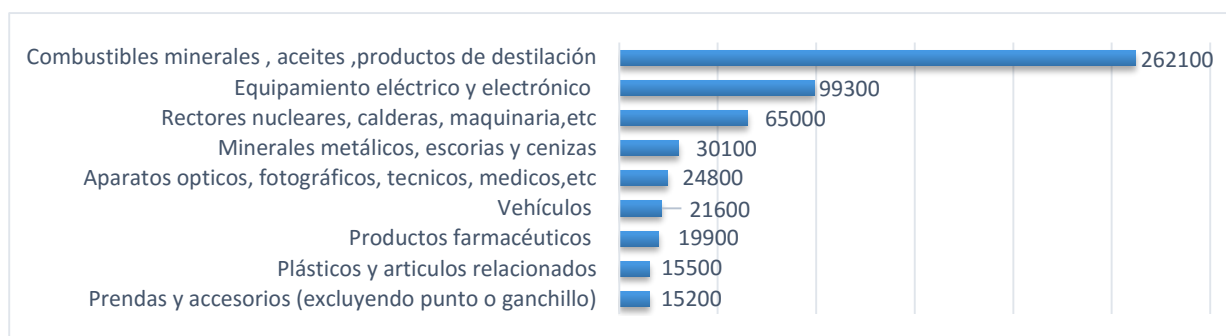
| Importaciones de Japón |          |      |                       |         |           |                            |        |           |
|------------------------|----------|------|-----------------------|---------|-----------|----------------------------|--------|-----------|
| Origen                 | Posición |      | Valor (millones US\$) |         |           | % sobre el total importado |        |           |
|                        | 2007     | 2014 | 2007                  | 2014    | Variación | 2007                       | 2014   | Variación |
| China                  | 1º       | 1º   | 127.779               | 181.721 | 42,22%    | 20,85%                     | 22,46% | 1,61%     |
| Estados Unidos         | 2º       | 3º   | 72.262                | 74.354  | 2,90%     | 11,79%                     | 9,19%  | -2,60%    |
| Unión Europea          | 3º       | 2º   | 65.132                | 78.655  | 20,76%    | 10,63%                     | 9,72%  | -0,91%    |
| Arabia Saudita         | 4º       | 5º   | 35.287                | 47.414  | 34,37%    | 5,76%                      | 5,86%  | 0,10%     |
| Emiratos Árabes Unidos | 5º       | 6º   | 32.362                | 41.619  | 28,61%    | 5,28%                      | 5,14%  | -0,14%    |
| Australia              | 6º       | 4º   | 31.252                | 48.321  | 54,62%    | 5,10%                      | 5,97%  | 0,87%     |
| Total                  | -        | -    | 612.857               | 809.074 | 32,02%    | -                          | -      | -         |

Fuente: OMC.

Las importaciones en general han aumentado, la posición de algunos países ha ido cambiando, manteniéndose la primera ocupada por China, durante estos años ha sido el país que más productos a vendido a Japón, Estados Unidos ha bajado un puesto, ahora ocupado por la Unión Europea y Australia ha pasado de la 6ª a la 4ª posición. Todas las importaciones de estos países han aumentado, no ha pasado lo mismo con proporción sobre el total que, exceptuando a China y Arabia Saudita, han disminuido debido a que han aumentado las importaciones pero no en la misma proporción que el total.



**Grafico 6**  
**Los diez productos más importados por Japón en 2014 (en millones de US\$)**



Fuente: Comtrade.

Como se ve en el gráfico, los principales productos importados por Japón son Petróleo Crudo , Gas de petróleo, Refinado de Petróleo, Briquetas de carbón, en general combustibles minerales, seguidos de ordenadores y equipamientos eléctricos, vehículos, plásticos, productos farmacéuticos y prendas de vestir.

Las principales importaciones que realiza el país hacen referencia a combustibles, esto es debido a la falta de recursos naturales y energéticos que existe en Japón, por lo que para poder abastecerse necesita importaciones de otros países. Es notoria la diferencia de valor que existe entre el principal grupo de productos importados y el segundo, siendo más del doble el valor de las importaciones de combustibles y aceites, suponiendo 262.100 millones de dólares en compras.

#### **4.3.2. Trámites para importar a Japón**

Para importar a Japón, el único requisito es hacer el trámite del despacho de aduanas, del mismo modo el importador deberá pagar los derechos arancelarios así como los impuestos que correspondan. El despacho de aduanas lo forman los agentes de aduanas, éstos además ofrecen servicios complementarios como sería el transporte de mercancías.<sup>39</sup>

Los funcionarios de aduanas requieren que todos los productos importados deben ser acompañados por un conjunto de documentos imprescindibles que serían la factura comercial, el packing list, el original debidamente firmado del conocimiento de flete o embarque y el certificado de origen, entre otros documentos. Del mismo modo se pueden encontrar otras formalidades dependiendo de las características de la mercancía.

<sup>39</sup> Ices (2015).

Existen determinadas exigencias para la importación de algunos productos, por ejemplo los materiales peligrosos, animales y plantas requieren de licencias de importación o autorizaciones específicas al depender de regulaciones especiales o tratados a nivel internacional. La importación de mercancías peligrosas tales como las drogas, las armas o los explosivos está prohibida, del mismo modo no se podrá importar aquellos productos que infrinjan las leyes de protección de propiedad intelectual.

En términos generales el régimen de importaciones se puede considerar liberalizado. La protección arancelaria solamente afecta a parte del sector agroalimentario, ya que éste se encuentra protegidos. También es cierto que requiere autorización administrativa para ciertos productos debido a estar sujetos a cuotas de importación, por proceder de determinados países o por su naturaleza especial (como es el caso de las armas).<sup>40</sup>

Las regulaciones del país pueden hacer difícil la entrada de ciertos productos. Esta dificultad dependerá del tipo de lo que se quiera introducir en Japón, del grado de protección que tenga el sector en el que se encuentra y también variará dependiendo de la competencia del mercado. Se encuentran una serie de barreras arancelarias para productos como el cuero y el calzado, productos ecológicos, la carne de vacuno y la fruta y hortaliza fresca.

Existen controles sobre el límite de residuos, medidas antidumping sobre el dióxido de manganeso electrolítico, restricciones en el uso de aditivos alimentarios, obligaciones de fumigación y marcado para los envases de madera

El sistema arancelario de Japón está administrado por la Dirección de Aduanas y Aranceles del Ministerio de Finanzas. El arancel medio aplicado en Japón es uno de los más bajos del mundo, aunque cambia bastante dependiendo del sector. Por ejemplo, hay una gran diferencia entre los productos agrícolas y los no-agrícolas, siendo mucho más altos los primeros. También podemos considerar aranceles altos los que se aplican al cuero, productos manufacturados y alimentos procesados.<sup>41</sup>

Para el comercio con España se puede destacar que el mercado del calzado (con gran importancia en la economía) es uno de los más protegidos de Japón así como el de la piel, ambos cuentan con altos aranceles e incluso un sistema de cuotas arancelarias. Para el caso del

---

<sup>40</sup> Ices (2015).

<sup>41</sup> Ices (2015).

calzado de piel el gobierno impone una cuota arancelaria que puede llegar hasta 12.019.000 pares de zapatos al año gravados por un arancel de entre el 17% y el 24 %, para el arancel fuera de esta cuota es del 30% sobre su valor o de 4.300 yenes por par.

Los productos agrícolas son los que tienen actualmente los aranceles más altos, pueden llegar incluso al 50%. El arancel es 0% para la mayoría de los productos manufacturados como los coches o la maquinaria. Lo que es obligatorio pagar es el impuesto sobre el consumo, actualmente se encuentra en un 8%, este impuesto se aplica a todo lo que se venden en Japón.<sup>42</sup>

#### 4.4. Balanza de pagos

A continuación, un cuadro que muestra la balanza de pagos de 2014 en Japón, que permite ver las relaciones que Japón tiene con el exterior, tanto en términos comerciales como de inversión:

**Cuadro 10**  
**Balanza de pagos de Japón en 2014 (en millones de ¥ y millones de €)**

| Balanza de Pagos 2014               | Yenes                 | Euros            |
|-------------------------------------|-----------------------|------------------|
| <b>Balanza comercial</b>            |                       |                  |
| Exportaciones                       | 74.122.500            | 505.610,50       |
| Importaciones                       | 84.488.200            | 576.317,87       |
| Servicios                           | -3.093.200            | -21.099,59       |
| Rentas                              | 18.071.200            | 123.268,76       |
| Transferencias corrientes           | -1.987.700            | -13.558,66       |
| <b>Balanza por cuenta corriente</b> | <b>2.326.600</b>      | <b>15.870,4</b>  |
| <b>Cuenta Financiera</b>            | <b>5.580,00</b>       | <b>38,06</b>     |
| Inversiones directas                | 11.573.300            | 78.944,75        |
| Inversiones cartera                 | -4.885.400            | -33.324,69       |
| Derivados financieros               | 3.889.400             | 26.530,70        |
| Otras inversiones                   | -5.887.100            | -10.157,57       |
| Reservas                            | 889.800               | 6.069,58         |
| <b>Cuenta de capital</b>            | <b>-194.600</b>       | <b>-1.327,42</b> |
| Errores y omisiones                 | 3.148.00              | 21.473,40        |
| <b>Reservas</b>                     | <b>millones de \$</b> | <b>1.260.548</b> |

Fuente: ICEX (2015).

---

<sup>42</sup> Ices (2015).

La balanza comercial de Japón ofrece un saldo negativo en 2014, de -70.707,37 miles de euros, este resultado negativo se debe a que las importaciones de mercancías superaron las exportaciones, se da la misma situación con la balanza de servicios, la cual tiene déficit.

Sin embargo, la balanza por cuenta corriente ofrece un saldo positivo, lo que proporciona un superávit, esto es debido a que, aunque tanto la balanza comercial como la de servicios y transferencias corrientes son negativos, el saldo positivo de la balanza de rentas es superior al de las demás balanzas que componen la cuenta corriente.

En la cuenta de capital encontramos un déficit de 1.327,41 miles de euros, derivado de las inversiones de Japón en el mundo y de las de los extranjeros en este país.

Si analizamos de forma conjunta las cuentas de capital y la corriente, en este caso tienen un saldo positivo, lo que significa que los ingresos procedentes del exterior son mayores a los pagos realizados por el país al extranjero. Con los ingresos que obtiene puede hacer frente a los pagos.

La cuenta financiera tiene un saldo positivo, la entrada de capitales es superior a la salida de éstos, por lo que se puede decir que Japón es un país deudor que tiene una salida neta de capitales. Las reservas son positivas, por lo que aumentan los activos en manos de extranjeros.

#### 4.5. Relaciones comerciales España-Japón

En este apartado nos centramos en España y en el comercio que mantienen actualmente estos dos países, en esta relación España suele tener déficit de la balanza comercial.

**Gráfico 7**  
**Evolución de las exportaciones e importaciones realizadas por España a/de Japón de 1995 a 2014 (en miles de €)**



Fuente: Datacomex.

El cuadro anterior muestra la evolución de esta relación comercial, obtenida a partir de datos de las estadísticas de comercio exterior español (Datacomex), los mayores desequilibrios ocurrieron en el período de 2004 a 2008, a partir de ese año la diferencia entre exportaciones e importaciones se ha ido reduciendo debido al incremento del valor de las exportación y el descenso de las importaciones provenientes del país asiático, llegando a obtener en 2014 unas cifras muy similares, lo que supone un déficit pero muy bajo, casi insignificante si lo comparamos con las cifras de años anteriores.

Para ver exactamente el saldo de esta relación comercial en cada año, en el siguiente cuadro aparecen los datos desde 2007 (año en el comenzó la crisis y en el cual, según el gráfico anterior, se realizaron un mayor volumen de importaciones japonesas) hasta 2014.

**Cuadro 11**  
**Datos del comercio de España con Japón (en miles de €)**

| Año  | Exportaciones | Importaciones | Saldo         |
|------|---------------|---------------|---------------|
| 2007 | 1.303.818,34  | 6.082.454,83  | -4.778.636,49 |
| 2008 | 1.457.582,43  | 5.120.909,34  | -3.663.326,90 |
| 2009 | 1.212.981,72  | 3.172.976,95  | -1.959.995,23 |
| 2010 | 1.416.335,38  | 3.470.406,28  | -2.054.070,90 |
| 2011 | 1.821.535,30  | 3.210.791,27  | -1.389.255,97 |
| 2012 | 2.095.923,29  | 2.955.373,95  | -859.450,67   |
| 2013 | 2.253.687,35  | 2.436.649,85  | -182.962,49   |
| 2014 | 2.613.024,87  | 2.633.848,63  | -20.823,76    |

Fuente: Datacomex.

Se observa la gran diferencia del saldo que, aun siendo negativo, ha disminuido en estos siete años alrededor de 4.757 millones de euros, las exportaciones españolas a Japón se han aumentado su valor en más de 1.300 millones de euros, por el contrario las importaciones del país asiático se han reducido por valor de casi 3.500 millones de euros.

**Cuadro 12**  
**Exportaciones españolas a Japón (en miles de €)**

| Año  | Exportaciones totales | Exportaciones a Japón | Proporción Japón |
|------|-----------------------|-----------------------|------------------|
| 2007 | 185.023.217,52        | 1.303.818,34          | 0,70%            |
| 2008 | 189.227.851,41        | 1.457.582,43          | 0,77%            |
| 2009 | 159.889.550,15        | 1.212.981,72          | 0,76%            |
| 2010 | 186.780.070,55        | 1.416.335,38          | 0,76%            |
| 2011 | 215.230.370,71        | 1.821.535,30          | 0,85%            |
| 2012 | 226.114.593,97        | 2.095.923,29          | 0,93%            |
| 2013 | 235.814.069,04        | 2.253.687,35          | 0,96%            |
| 2014 | 240.581.830,22        | 2.613.024,87          | 1,09%            |

Fuente: Datacomex.

Si se analiza lo que suponen las ventas de España a Japón, se observa cómo también han ido ganando peso en el mercado, incrementándose un 30% en este periodo, aun así sólo suponen un 1,09% del total de la cifra de exportación española, por lo que no tienen mucho peso en la actualidad.

**Cuadro 13**  
**Importaciones de España procedentes de Japón (en miles de €)**

| Año  | Importaciones totales | Importaciones japonesas | Proporción Japón |
|------|-----------------------|-------------------------|------------------|
| 2007 | 285.038.313,42        | 6.082.454,83            | 2,13%            |
| 2008 | 283.387.764,36        | 5.120.909,34            | 1,81%            |
| 2009 | 206.116.174,51        | 3.172.976,95            | 1,54%            |
| 2010 | 240.055.850,10        | 3.470.406,28            | 1,45%            |
| 2011 | 263.140.740,65        | 3.210.791,27            | 1,22%            |
| 2012 | 257.945.631,01        | 2.955.373,95            | 1,15%            |
| 2013 | 252.346.775,23        | 2.436.649,85            | 0,97%            |
| 2014 | 265.556.606,87        | 2.633.848,63            | 0,99%            |

Fuente: Datacomex.

Por otro lado, en cuanto a las importaciones japonesas sobre las total importado, el peso ha ido disminuyendo un 1,14 % de 2007 a 2014, de la cifra de importación española, la proporción de las importaciones japonesas es inferior al 1% por lo que, al igual que las exportaciones a Japón, las importaciones tampoco tienen mucho peso en la actualidad.

A continuación, un análisis de los productos más comercializados entre España y Japón. En las exportaciones de España al país nipón, tienen un gran peso la industria química y farmacéutica, los automóviles y sus componentes y también son de gran importancia productos como la carne, la ropa, el calzado, el pescado y el aceite de oliva.

**Cuadro 14**  
**Productos más exportados a Japón desde España en 2014**

| Exportaciones Españolas a Japón (en miles de €) |                                   | 2.014        |      | Tasa<br>Variación<br>2013-14 |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------|------|------------------------------|
| 1º                                              | Combustible, aceites minerales    | 556.331,44   | 21%  | 95,50%                       |
| 2º                                              | Productos farmaceuticos           | 362.384,00   | 14%  | -16,16%                      |
| 3º                                              | Carne y despojos comestibles      | 259.064,26   | 10%  | 85,10%                       |
| 4º                                              | Vehículos auto moviles            | 237.671,44   | 9%   | 9,94%                        |
| 5º                                              | Minerales, escorias y cenizas     | 129.179,06   | 5%   | -0,82%                       |
| 6º                                              | Grasas, aceite animal o vegetal   | 95.037,87    | 4%   | 22,79%                       |
| 7º                                              | Productos químicos orgánicos      | 90.571,28    | 3%   | -9,76%                       |
| 8º                                              | Bebidas de todo tipo (exc. Zumos) | 90.376,14    | 3%   | -31,44%                      |
| 9º                                              | Prendas de vestir, no de punto    | 79.771,72    | 3%   | 19,73%                       |
| 10º                                             | Aparatos y material eléctricos    | 68.143,93    | 3%   | 116,81%                      |
| Suma de estos 10 productos                      |                                   | 1.968.531,14 | 76%  | 22,21%                       |
| Suma resto de productos                         |                                   | 634.605,90   | 24%  | 1,79%                        |
| TOTAL                                           |                                   | 2.603.137,05 | 100% | 16,51%                       |

Fuente: Datacomex.

En este cuadro aparecen los diez principales productos exportados a Japón desde España. La cifra de 2.603.137.050 millones de euros se refiere a las exportaciones totales a Japón, la cual se ha incrementado un 16,51% si la comparamos con el año anterior.

El principal producto exportado por España a Japón son los combustibles así como los aceites minerales que, cómo vimos anteriormente, es también el primer producto importado por Japón mundialmente, para España supone el 21% de las exportaciones a este país, unos 556.331.440 millones de euros.

También se ve la gran importancia que tienen estas diez mercancías en las exportaciones totales, suponiendo un 76% del total exportado a Japón, cabe destacar que la suma de los demás productos exportados (24%) supondrían un porcentaje muy similar al del primero exportado (21%), por lo que se ve la gran importancia de los combustibles.

Por otro lado, si se observa la tasa variación con respecto al año anterior, las exportaciones totales se han incrementado un 16,5% , produciéndose un importante incremento en las exportaciones de combustibles y aceites minerales, siendo casi el doble comparándolo con el valor de las exportaciones de 2013, exactamente se ha producido un incremento del 95,5 % y en las exportaciones de material y aparatos eléctricos el incremento ha sido aún mayor,

casi un 117%, se ha exportado más del doble que en 2013. En el lado opuesto encontramos como las exportaciones de bebidas que son las que han sufrido una mayor caída, de 31 % con respecto al año anterior.

Por otro lado, en cuanto a las importaciones desde Japón, los principales productos que España suele comprar a Japón, los automóviles y sus componentes, las motos, los componentes electrónicos, la maquinaria para imprenta y artes gráficas y los equipos de telecomunicaciones, entre otros.

En el cuadro siguiente se observan los datos de 2014, con los diez productos más importados desde Japón por España. En éste vemos cómo, al igual que el cuadro de las exportaciones, estos diez productos tienen un gran peso sobre el total de las importaciones, suponiendo un 93% del total, por lo que la suma del resto de productos solamente supone el 3%.

**Cuadro 15.**  
**Productos más importados desde Japón por España en 2014**

| Importaciones de Japón a España (miles de €) |                                      | 2.014        |      | Tasa<br>Variación<br>2013-14 |
|----------------------------------------------|--------------------------------------|--------------|------|------------------------------|
| 1º                                           | Vehículos automóviles                | 1.066.022,87 | 41%  | 39,55%                       |
| 2º                                           | Máquinas y aparatos mecánicos        | 594.707,01   | 23%  | -4,77%                       |
| 3º                                           | Aparatos y material eléctricos       | 327.131,11   | 12%  | -12,80%                      |
| 4º                                           | Aparatos ópticos, medida             | 166.347,75   | 6%   | -7,44%                       |
| 5º                                           | Productos farmacéuticos              | 73.030,94    | 3%   | -21,35%                      |
| 6º                                           | Productos químicos orgánicos         | 71.716,71    | 3%   | 9,03%                        |
| 7º                                           | Materias plásticas; sus manufacturas | 45.224,98    | 2%   | -1,57%                       |
| 8º                                           | Caucho y sus manufacturas            | 41.809,54    | 2%   | -2,58%                       |
| 9º                                           | Otros productos químicos             | 39.582,19    | 2%   | 8,94%                        |
| 10º                                          | Manufacturas diversas                | 28.786,42    | 1%   | 30,08%                       |
| Suma de estos 10 productos                   |                                      | 2.454.359,52 | 93%  | 10,20%                       |
| Resto de productos                           |                                      | 175.291,15   | 7%   | -8,25%                       |
| TOTAL                                        |                                      | 2.629.650,66 | 100% | 8,75%                        |

Fuente: Datacomex.

Debido a que Japón es el primer productor mundial de automóviles es muy lógico que éste sea el producto más importado por España, suponiendo casi la mitad del total, un 41%. También son de gran importancia las importaciones de máquinas y aparatos mecánicos japoneses, así como de aparatos y material eléctricos, que suponen un 23% y un 12 % respectivamente.



La importación de vehículos ha sido la que más se ha incrementado con respecto al año anterior, produciéndose casi un 40% más que en 2013, por otro lado, han sido los productos farmacéuticos los que han tenido una caída más fuerte, siendo un 21 % menores que las de 2013.

En términos generales, estas compras a Japón han aumentado casi un 9% con respecto a las de 2013, suponiendo en 2014 una cifra de 2.629.650,66 miles de euros.

## **5. COMERCIO DEL ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL EN JAPÓN**

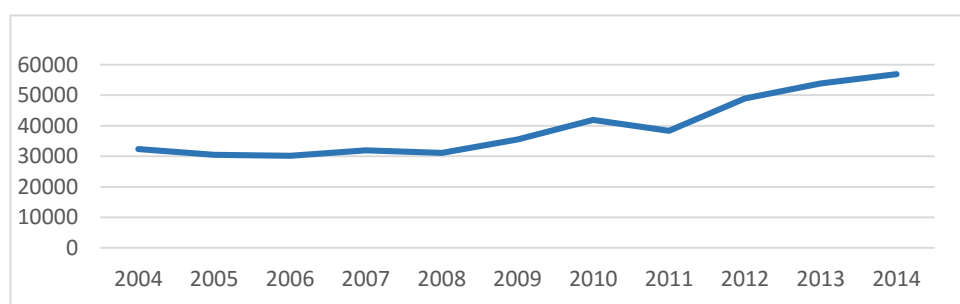
### **5.1. El mercado de aceite de oliva en Japón**

Según el estudio de mercado del aceite de oliva en Japón (septiembre 2015), elaborado por ICEX (España exportación e inversiones) así como por la nota sectorial del aceite de oliva en Japón (junio 2014), de Extenda (Agencia Andaluza de Promoción Exterior) Japón es un mercado potencial para la venta del aceite de oliva. Se ha incrementado el consumo de este producto en el país asiático (sobre todo a partir de 2008) dada la importancia que la sociedad le da al consumo de productos saludables, el continuo incremento de interés hacia la gastronomía mediterránea o el aumento de compra de productos gourmet en el país.

La producción de aceite de oliva en Japón es tan reducida que se puede decir que la totalidad de aceite de oliva que se consume en el país es importada y los principales orígenes de estas importaciones son Italia y España.

En el gráfico siguiente, obtenido de datos del Consejo Oleícola Internacional, podemos ver cómo ha ido evolucionando las importaciones de aceite de oliva que llegan a Japón en los últimos diez años. Éstas tienen una tendencia creciente, sobre todo se ha producido un mayor incremento desde 2008, llegando a importarse en 2014 casi 60.000 toneladas de aceite de oliva, en concreto 56.927. Se puede decir que ha aumentado el consumo de aceite de oliva en el país en este periodo y de ahí el aumento de sus importaciones.

**Gráfico 8**  
**Evolución de las importaciones de aceite de oliva de Japón (en toneladas)**



Fuente: International Olive Council.

El consumo de este producto en Japón se ha incrementado poco a poco en los últimos años y en estos momento el consumidor está más informado sobre las propiedades con las que cuenta el aceite de oliva. Y la pregunta que nos interesa en este punto es la siguiente: ¿qué es lo que ha hecho que se produzca este incremento en el consumo japonés? Este incremento de

consumo se debe principalmente a dos causas, la primera es la popularidad de la gastronomía Europea y mediterránea en Japón y la segunda, sería la importancia de la comida saludable en las dietas japonesas.

Desarrollando la primera causa, desde los años 90 se ha producido un aumento del interés que tienen los japoneses en comidas extranjeras, concretamente se ha extendido la cocina europea y mediterránea, especialmente la italiana. Es notorio el aumento del número de restaurantes occidentales en Japón y su orientación hacia segmentos de poder adquisitivo medio ha facilitado el acceso a la dieta europea y mediterránea para la sociedad japonesa, y especialmente los jóvenes. Esto lleva a un incremento del consumo de aceite de oliva, ya que éste es un alimento imprescindible en estas gastronomías.<sup>43</sup>

Analizando la segunda causa, los japoneses dan mucha importancia a la vida saludable y esto se da ya que Japón es actualmente el país más envejecido del mundo<sup>44</sup> por lo que tienden a consumir productos que mejoren la salud. Podemos decir que actualmente la sociedad de Japón tiene una imagen saludable del aceite de oliva, lo considera como un producto bueno para la salud y cada vez se reconocen más sus propiedades beneficiosas (como su alto contenido en ácido oleico, que ayuda a mantener o incluso bajar el nivel de colesterol, o su contribución a la prevención de enfermedades del corazón y al cuidado de la salud, en general, gracias a los antioxidantes que posee).

También ha influido, aunque en menor medida, el aumento en la compra de productos destinados al cuidado de la piel y el cabello elaborados con aceite de oliva principalmente por parte de las jóvenes japonesas, entre las cuales estos productos triunfan cada vez más<sup>45</sup>.

Todo esto ha hecho que se incremente la oferta del producto en el país, creándose nuevos puntos de venta y haciendo que el consumidor esté más informado conlleva más exigencias en la calidad, el aceite de oliva virgen es el más consumido en Japón.

El aceite de oliva en Japón es más consumido por las mujeres que por los hombres, el 51% frente a un 38% de los hombres, éstas lo toman al menos una vez a la semana. Igualmente influye la edad, los mayores de 55 años son más frecuentes, las mujeres mayores de 55 años lo

---

<sup>43</sup> Extenda (2014).

<sup>44</sup> OMS (2015).

<sup>45</sup> Extenda (2014).

consumen casi a diario. Hecho positivo teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, Japón es uno de los países más envejecidos del mundo, por lo que se cuenta con un gran número de consumidores potenciales.<sup>46</sup>

## 5.2. El aceite de oliva español en Japón

España es actualmente el mayor productor y exportador de aceite de oliva a nivel mundial<sup>47</sup>, con una media de 1.200.000 toneladas, representa más de la mitad de la producción de la Unión Europea y el 41% de la producción mundial. Además cuenta con 27 denominaciones de origen que certifican su calidad, doce de ellas en Andalucía.

En cuanto a la comercialización del aceite de oliva se puede decir que la mitad es para consumo nacional y la otra mitad para exportación.

Tiene principalmente destinos europeos, pero países importantes de fuera de la comunidad, como son Estados Unidos, Japón, China, Australia, Brasil o Rusia, se encuentran en el “Top Ten” de destinos.

**Cuadro 16**  
**Principales destinos de las exportaciones de aceite de oliva español en 2004 y 2014**

| EXPORTACIONES ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL (miles de €) |                |            |          |                |              |
|----------------------------------------------------|----------------|------------|----------|----------------|--------------|
| 2004                                               |                |            | 2014     |                |              |
| Posición                                           | Total Mundo    |            | Posición | Total Mundo    |              |
| 1º                                                 | Italia         | 775.749,92 | 1º       | Italia         | 1.183.672,07 |
| 2º                                                 | Francia        | 204.512,90 | 2º       | Estados Unidos | 276.372,28   |
| 3º                                                 | Portugal       | 146.143,52 | 3º       | Portugal       | 248.086,82   |
| 4º                                                 | Estados Unidos | 84.631,75  | 4º       | Francia        | 214.208,48   |
| 5º                                                 | Reino Unido    | 57.741,48  | 5º       | Reino Unido    | 116.619,27   |
| 6º                                                 | Australia      | 45.821,11  | 6º       | Japón          | 79.936,53    |
| 7º                                                 | Japón          | 38.185,69  | 7º       | China          | 72.319,42    |
| 8º                                                 | Corea del Sur  | 33.481,25  | 8º       | Australia      | 53.782,60    |
| 9º                                                 | México         | 26.702,72  | 9º       | Brasil         | 47.854,29    |
| 10º                                                | Bélgica        | 17.438,45  | 10º      | Rusia          | 41.240,41    |

Fuente: Datacomex.

<sup>46</sup> Ices (2015).

<sup>47</sup> Consejo oleícola internacional (International Olive Council) (2015).

**Cuadro 17**  
**Tasa de variación de las exportaciones de aceite de oliva de España a los principales destinos (2004-2014)**

| Tasa de variación 2004-2014 |          | Variación<br>Posición |
|-----------------------------|----------|-----------------------|
| Total Mundo                 | 71,65%   |                       |
| Italia                      | 52,58%   | 1º -> 1º              |
| Francia                     | 4,74%    | 2º -> 4º              |
| Portugal                    | 69,76%   | 3º -> 3º              |
| Estados Unidos              | 226,56%  | 4º -> 2º              |
| Reino Unido                 | 101,97%  | 5º -> 5º              |
| Australia                   | 17,38%   | 6º -> 8º              |
| Japón                       | 109,34%  | 7º -> 6º              |
| Corea del Sur               | -16,76%  | 8º -> 13º             |
| México                      | 8,69%    | 9º -> 12º             |
| Bélgica                     | 39,24%   | 10º -> 15º            |
| China                       | 2922,26% | 30º -> 7º             |
| Brasil                      | 191,30%  | 11º -> 9º             |
| Rusia                       | 194,23%  | 13º -> 10º            |

Fuente: Datacomex.

Con los cuadros anteriores podemos analizar el cambio que se ha producido en la lista de los diez principales destinos de las exportaciones españolas de aceite de oliva. El total de las exportaciones ha aumentado en 1.153.901,78 miles de euros y que las exportaciones a estos diez países suponen el 84,43 % del total de las exportaciones al mundo en 2014.

Hay que destacar la aparición de nuevos países en esta clasificación en 2014, países como Brasil, Rusia o China han aumentado su posición llegando a estar entre los diez principales destinos según el valor de las exportaciones, otros en cambio han descendido quedando fuera, es el caso de Corea del Sur, México y Bélgica.

Aunque tres países se mantienen en su posición (Italia, Portugal y Reino Unido), los otros siete han cambiado de posición, Estados Unidos y Japón han subido y Francia, Australia, Corea del sur, México y Bélgica han bajado. Hay que destacar que todos estos países han aumentado el valor de las exportaciones, incluso los que han bajado su posición, exceptuando el caso de Corea del sur.

Japón ha aumentado el aceite de oliva español que recibe, alcanzando la sexta posición en 2014, el valor ha pasado de 38.185,69 a 79.936,53 miles de Euros, un incremento de un 109%. Actualmente las exportaciones a este país suponen el 2,89 % del total de aceite de oliva español vendido al mundo.

A continuación el caso concreto de Japón, tratando la evolución producida en el periodo de 2004 a 2014, tanto en toneladas exportadas como en valor económico.

**Cuadro 18**  
**Toneladas y valor del aceite de oliva exportado a Japón en 2004 y 2014**

| Toneladas exportadas    |              |              |              |         |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|---------|
|                         | 2004         | 2014         | Incremento   |         |
| Japón                   | 12.861,42    | 26.571,07    | 13.709,65    | 106,60% |
| Total                   | 642.681,76   | 1.126.215,82 | 483.534,06   | 75,20%  |
| Valor en miles de euros |              |              |              |         |
|                         | 2004         | 2014         | Incremento   |         |
| Japón                   | 38.185,69    | 79.936,53    | 41.750,84    | 109,30% |
| Total                   | 1.610.372,06 | 2.764.273,84 | 1.153.901,78 | 71,70%  |

Fuente: Datacomex.

La evolución ha sido positiva, siendo más del doble tanto la cantidad exportada como el valor de esta. El incremento que se ha producido en el valor de lo exportado a Japón (109,30%) ha sido superior al de las toneladas (106,60%), por lo que se deduce que el precio ha aumentado en mayor proporción que la cantidad. En ambos casos el incremento de Japón es superior al incremento de las exportaciones totales al mundo.

El pasado año 2014, ha sido de gran importancia para España, ya que lideró las exportaciones de aceite de oliva en Japón. Superando por primera vez el volumen total exportado por Italia. Este aumento de las exportaciones españolas hizo que España tuviera un 53,3% de cuota de mercado, aunque en términos de valor sigue siendo Italia la que ocupa la primera posición, contando con un 57,1 % del total. España sin embargo contaría con un 42,9%, que suponen 9.017 millones de euros.<sup>48</sup>

Comparándolo con 2013, el ICEX indica que las importaciones españolas aumentaron un 19,1% en volumen y un 16,9% en valor. Un dato especialmente positivo si tenemos en cuenta que el crecimiento medio del mercado mundial fue de un 8%.

Si nos fijamos en el precio medio de importación, se puede observar como este se incrementó a 456€/kilo un 1,9% menor que en 2013 que fue de 465€/litro.<sup>49</sup>

<sup>48</sup> Revista Alcuza (2015), pp.36-37.

<sup>49</sup> Ices (2015)

En el siguiente cuadro aparece un análisis con las diez provincias españolas que exportan más aceite de oliva a Japón.

**Cuadro 19**  
**Principales provincias españolas exportadoras de aceite de oliva a Japón en 2014**

| Posición                                                                                 | Provincia | Valor (en miles de €) | Parte del total exportado |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------|---------------------------|
| 1º                                                                                       | Sevilla   | 25.292,85             | 31,64%                    |
| 2º                                                                                       | Málaga    | 16.629,58             | 20,80%                    |
| 3º                                                                                       | Córdoba   | 11.166,79             | 13,97%                    |
| 4º                                                                                       | Toledo    | 8.834,61              | 11,05%                    |
| 5º                                                                                       | Jaén      | 4.179,98              | 5,23%                     |
| 6º                                                                                       | Tarragona | 2.961,04              | 3,70%                     |
| 7º                                                                                       | Madrid    | 2.345,45              | 2,93%                     |
| 8º                                                                                       | Lleida    | 2.078,55              | 2,60%                     |
| 9º                                                                                       | Cádiz     | 1.672,61              | 2,09%                     |
| 10º                                                                                      | Barcelona | 1.476,51              | 1,85%                     |
| Valor, en miles de €, del total de aceite de oliva español exportado a Japón = 79,936,53 |           |                       |                           |

Fuente: Datacomex.

Se puede ver que cinco de las ocho provincias andaluzas aparecen en esta clasificación, la comunidad de Andalucía aporta el 74,60 % del total nacional (59.629,74 miles de euros) y, estas cinco provincias, en concreto, suponen un 73,74 % (58.941,80 miles de euros) del total. Solamente es una provincia andaluza, Huelva, la que no exporta aceite de oliva a Japón. Hay que destacar a Sevilla que es la que más exporta a nivel nacional.

Sin embargo, es Jaén la principal provincia productora, proporcionando el 27,5% de la producción nacional, en cuanto a comunidad autónoma, Andalucía destaca produciendo más del 80% del total.

Los datos, obtenidos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y medio ambiente, concretamente de la Agencia de Información y Control Alimentarios, los podemos observar en el siguiente cuadro.

**Cuadro 20**  
**Producción de aceite de oliva de España, Andalucía y Jaén en la campaña 2014/2015**

| Producción, en toneladas |            | % sobre la producción nacional |
|--------------------------|------------|--------------------------------|
| Jaén                     | 231.652,00 | 27,51%                         |
| Andalucía                | 675.713,89 | 80,23%                         |
| España                   | 842.187,05 | 100,00%                        |

Fuente: Magrama, Aica.

Comparando estos datos, se puede decir que la exportación de aceite de oliva jiennense tiene una cifra muy reducida siendo la principal provincia productora (27,51%) solamente proporciona el 5,23% de las exportaciones totales.

**Gráfico 9**  
**Exportaciones de aceite de oliva jiennense a Japón de 2004 a 2014 (en miles de €)**

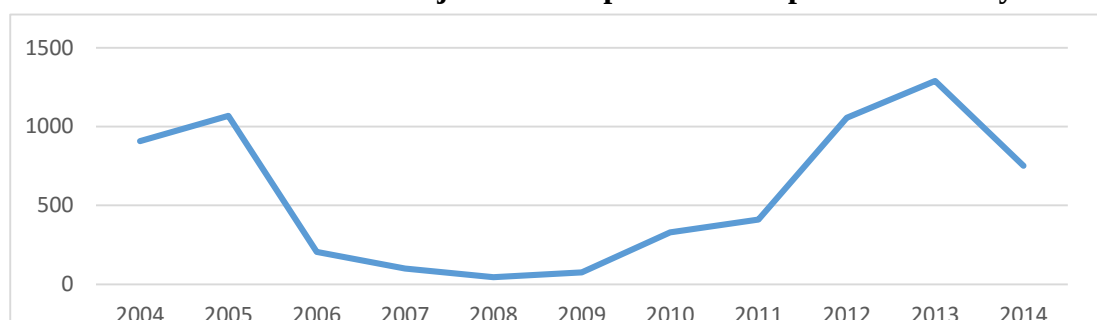


Fuente: Datacomex.

Observando las exportaciones de Jaén a Japón, se puede decir que hay una tendencia de crecimiento en los últimos diez años y para 2015, las estimaciones siguen esta tendencia. Sin embargo en 2011 se produjo una importante caída, pasando de 3.699,38 miles de euros en 2010 a 2.302,62 en 2011.

En el gráfico elaborado a continuación se puede ver cómo las toneladas importadas no siguen la misma evolución que el anterior y en los años en los que aquí disminuye la cantidad, en el gráfico del valor en el mismo periodo aumenta, por lo que vemos el papel importante del precio en estas exportaciones.

**Gráfico 10**  
**Toneladas de aceite de oliva jiennense exportadas a Japón entre 2004 y 2014**



Fuente: Datacomex.

En 2011 aunque supuso una caída en el valor de las ventas, aquí podemos ver como las toneladas exportadas son superiores a 2010, pasando de 329,9 a 410,44. Tras esta información,



se puede deducir que lo que produjo la caída del valor de las exportaciones en 2011 fue una importante caída del precio.

Para fijar el precio de este producto en destino, hay que tener en cuenta los aranceles obligatorios que se tienen que pagar, que pueden incrementar el coste del producto. En el caso del aceite de oliva, según la Ley de Aduanas y Aranceles de Japón, únicamente se grava un 8% sobre el precio del aceite correspondiente a impuestos indirectos que recaen sobre todos los bienes de consumo en Japón, está previsto que este impuesto se incremente hasta el 10% en 2017.<sup>50</sup>

Existen otros condicionantes no arancelarios a tener en cuenta, como los estándares de calidad, que en este país son bastante altos y no permiten entrar productos que incumplan las normas establecidas en este aspecto. Esto afectará a la importación de aceite de oliva a Japón, que se encuentra regulada por la Ley de Higiene Alimentaria (si el producto tiene como destino el consumo humano) o por la Ley de Asuntos Farmacéuticos (si el producto tiene como destino la industria farmacéutica o cosmética), también se regula legalmente las condiciones sanitarias del producto así como su etiquetado.

El mercado japonés es muy diferente al español, por lo que hay que estudiar bien las características que afecten a la venta de aceite de oliva.

Primeramente hay que tener cuenta las acciones en relación al envasado ya que el consumidor japonés se fija mucho en el diseño, así como en la información sobre el contenido, en el etiquetado, y en el tamaño, que al contrario de lo que pasa en España, el más utilizado es el de 250ml (esto ocurre principalmente por el poco espacio con el que cuentan las cocinas en las casas japonesas).

Por otro lado, es necesario saber que lo que más importa en Japón a la hora de elegir un producto es la calidad, el precio, las calorías que contiene y un etiquetado fácilmente comprensible. Aunque el precio tiene cada vez más importancia en la elección, en el caso del aceite de oliva al considerarse un producto saludable, el consumidor estará dispuesto a pagar más cuanto más alta sea su calidad.

---

<sup>50</sup> Ices (2015).

El Plan Integral de Desarrollo de Mercado de Japón destaca el mercado de los productos gourmet, en el que podemos incluir el aceite de oliva, como un sector de oportunidad debido a que en este mercado los productos importados son muy bien aceptados y a que la sociedad japonesa gasta una gran cantidad de sus recursos en alimentación.

También si se incluye este producto en el mercado dedicado a la tercera edad, debido a sus beneficios saludables, se optaría a muchos clientes potenciales ya que más del 30% de la población japonesa, tiene una edad igual o superior a los 65 años<sup>51</sup>.

Por otra parte, actualmente existe un gran apoyo institucional para las empresas españolas que exportan a Japón, algunos ejemplos de ello son el establecimiento del año 2014 como Año Dual España–Japón, durante el cual se produjeron varias visitas oficiales tanto del Príncipe Naruhito y el Primer Ministro Abe a España, así como visitas por parte del Presidente español Mariano Rajoy al país asiático, también hay previstas una visita de SS.MM. los Reyes de España a Japón en marzo del próximo año 2016 y la celebración en 2018 del 150 aniversario del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre ambos países<sup>52</sup>.

Cabe destacar la participación del país Nipón en el Programa de formación en gastronomía española y restauración para profesionales extranjeros, impartido por ICEX, así como el establecimiento de un pabellón oficial en FOODEX y en Spain Gourmet Fair<sup>53</sup>.

*FOODEX JAPAN* es la primera feria de alimentación y bebidas de Asia. La presencia en esta feria es una de las mejores formas para adentrarse al mercado japonés. Según ICEX, aquí se puede comprobar cuáles son las nuevas tendencias en el sector alimentario del país, así como conocer a profesionales que pudieran abrir puertas para la comercialización y para ayudar a saber si los productos encajarían o no en el mercado. Esta feria está destinada principalmente a grandes empresas.

*“El ICEX y la OFECOME de Tokyo participan desde hace 24 años en sucesivas ediciones de FOODEX con uno de los mayores pabellones oficiales extranjeros, donde exponen más de 100 expositores españoles (137 en 2015) de un total de 2.808 expositores”*<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup> Ices (2015).

<sup>52</sup> Ministerio de economía y competitividad (2015).

<sup>53</sup> Ices (2015).

<sup>54</sup> Ices (2015).

*SPAIN GOURMET FAIR* es una feria de alimentación del sector gourmet exclusivamente para productos españoles de calidad, cuyo objetivo es posibilitar a las empresas españolas del sector de aceite de oliva, vinos, quesos, jamón y paleta ibérica el acceso al mercado japonés o ampliar su distribución en él, principalmente dirigido a entidades con escasa o ninguna experiencia en el mercado de Japón.

La Oficina Económica y Comercial de España en Tokio (con el apoyo de ICEX) es la institución encargada de la organización de este evento. La última edición se celebró en octubre de 2015 en Tokio, en ella participaron varias empresas del sector oleícola español como fueron la gallega *Aceites Yllares Marini S.L.*, las catalanas *Sahita*, *Miró* y *Catavins & L'oli Ferrer*, la escuela valenciana de cata, la empresa madrileña *Fuenroble*, la valencianas *Señoríos de Relleu* y *Olioli Biodinamico S.L.*, las riojanas *Isul* y *Familia Escudero* y, por último, la cooperativa jiennense *San Juan* con sus marcas *Fuente Peña*, *Aceite Sanjuan* y *Singular*.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Spain Gourmen Fair (2015).

## **6. REFLEXIÓN FINAL**

Este trabajo trata teóricamente y de manera práctica la importancia del comercio internacional para los países y las empresas.

En un mundo tan globalizado como el actual resulta mucho más fácil que en los siglos anteriores el poder intercambiar bienes o servicios alrededor del mundo y, también, gracias a este hecho es más fácil adaptarse a cada uno de los diferentes mercados.

Las argumentaciones teóricas explican porqué los países deciden empezar a comercializar entre ellos en vez de cerrarse al mercado nacional y se puede entender cómo las ventajas que conllevan la internacionalización hacen que las empresas se abran y vean el comercio exterior como una oportunidad de negocio.

Por otra parte, con los datos reales analizados sobre la economía japonesa se puede comprobar cómo ha ido cambiando la importancia y la evolución en cuanto a productos exportados así como el origen y destino de sus flujos de comercio exterior.

En la última parte del trabajo, analizando el mercado de aceite de oliva en Japón, se observa cómo el sector oleícola está adquiriendo un peso cada vez más importante en el país y la oportunidad que actualmente tienen las empresas españolas de este sector para exportar a Japón en busca de nuevos negocios.

La búsqueda de información y el análisis de los datos encontrados, aunque ha requerido mucha dedicación y tiempo, me ha ayudado a entender cómo funciona el mercado internacional, en concreto, el mercado japonés y he aprendido muchos detalles a tener en cuenta a la hora de exportar. En el caso de Japón, es muy importante adaptarse a los gustos y preferencias del mercado, ya que esto podría implicar más ventas o incluso el fracaso de las empresas en el mercado exterior.

El mercado internacional es una gran oportunidad para muchas empresas españolas que actualmente, en esta época de crisis de la que España va saliendo poco a poco, ven sus beneficios reducidos o incluso negativos por la bajada del consumo nacional.

En el caso del mercado del aceite de oliva, aunque las empresas tienen una presencia cada vez más importante en el extranjero, aún queda mucho por hacer sobre todo en la provincia

de Jaén que, siendo la principal productora de aceite de oliva del mundo, podría sacar mucho más beneficio del aceite de oliva que produce. ¿Cómo? Exportándolo de forma más habitual tanto a mercados ya establecidos como son el francés o el estadounidense, pero también abriendo puertas a importantes mercados potenciales como el japonés, que según las estadísticas, va a aumentar la demanda de este producto en los próximos años.

## **7. BIBLIOGRAFIA**

- Alonso, J.A. (2000). *Diez lecciones sobre economía mundial*. Civitas Ediciones. 1ª Edición. Madrid.
- Araya, A. (2009). “El proceso de internacionalización de empresas”. *Tec empresarial*, Vol.3, 3. Disponible online:<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468>
- Becerra, G.; Guzmán A.; Rodríguez, D.F.; Trujillo, M. A. (2006). “Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas”. *Documentación de investigación*, 30. Universidad del Rosario. Facultad de Administración. Bogotá D.C. Disponible online en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf;jsessionid=2804B565E8CF2EAA695B43FA7EDD0878?sequence=1>
- Bajo, O. (1996). “Teorías del comercio internacional: una panorámica”, *Ekonomiaz*. 36. Disponible online: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=274408>
- Benito-Osorio, D.; Peris-Ortiz, M.; Rueda-Armengot, C. (2013). “Internacionalización: Métodos de entrada en mercados exteriores”. *Artículo docente*. Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales. Universitat Politècnica de València. Disponible online en: [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31217/Internacionalizaci%C3%B3n\\_submission\\_b.pdf?sequence=5](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31217/Internacionalizaci%C3%B3n_submission_b.pdf?sequence=5)
- Comisión Europea - Acuerdos de libre comercio (2015). Disponible online en: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm;jsessionid=160C3EF07B722B47D93C3394D72D8765?page=cd%2Fcd\\_AcuerdosDeLibreComercio.html&docType=main&languageId=es#\\_europe](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm;jsessionid=160C3EF07B722B47D93C3394D72D8765?page=cd%2Fcd_AcuerdosDeLibreComercio.html&docType=main&languageId=es#_europe)
- El economista (2015) “El tesoro subraya la importancia del acuerdo de libre comercio entre la UE y Japón para las empresas españolas”.26/10/2015. *El economista*. Disponible online en: <http://www.eleconomista.es/economia/noticias/7099132/10/15/El-tesoro-subraya-la-importancia-del-acuerdo-de-libre-comercio-entre-la-ue-y-japon-para-las-empresas-espanolas.html>
- Gonzalez, R. (2011). “Diferentes teorías del comercio internacional”. *Revistas ICE: Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica*, 858. Disponible online: [http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE\\_858\\_103-118\\_\\_9F7A85DC90A777675E3E806341418974.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_103-118__9F7A85DC90A777675E3E806341418974.pdf)
- ICEX España Exportación Inversiones (2015). *Guía País Japón*. Disponible online en: <http://www.icex.es/>
- ICEX España Exportación Inversiones. (2015). *Estudios de mercado: Mercado del aceite de oliva en Japón*. Disponible en: <http://www.icex.es/>

-Ministerio de economía y competitividad. (2015). *Plan Integral de Desarrollo de mercado-Japón*. Disponible online en: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/instrumentos-apoyo/Documents/PDF/JAP%C3%93N.PDF>

-OMS (Organización mundial de la salud). (2015). *Envejecimiento y salud. Nota descriptiva N° 404*. Disponible online en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs404/es/>

-Revista Alcuza (2015). “El aceite de oliva español, a la conquista del país del sol naciente”. 127.Octubre 2015. Editorial Agroeditora S.L.

-Raffo, L. (2012). “Una reconstrucción milliana del modelo ricardiano de comercio internacional”. *Cuadernos de Economía*, Vol. 31, 56. Disponible online en: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/view/32857>

-Rodríguez, E. (2012) *Crecimiento económico, crisis y reformas en Japón en las dos últimas décadas*. Tesis de doctorado. La Habana. Disponible online en: <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/archivos/Articulo/Crecimiento%20econ%C3%B3mico,%20crisis%20y%20reformas%20en%20japon%20en%20las%20dos%20ultimas%20decadas.pdf>

-Turgones, J. (2007). *Economía internacional, Globalización e Integración*. McGraw Hill. 6ª Edición. Madrid.

-Unión Europea (2015). “La política común europea”. *Diario oficial de la UE*. Disponible online en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV%3Aa20000>

#### Fuentes de información consultadas:

-Consejo oleícola internacional (International olive council) (2015). Página web oficial: <http://www.internationaloliveoil.org/>

- Datacomex. Ministerio de economía y competitividad – Estadística comercio exterior (2015). Página web oficial: <http://www.datacomex.comercio.es/>

- Extenda - Agencia Andaluza de Promoción Exterior (2015). Página web oficial: <Http://www.extenda.es/>

- Feria Spain Gourmet Fair (2015). Página web oficial: <http://www.spaingourmetfair.com/>

- ICEX España Exportación Inversiones. (2015). Página web oficial: <http://www.icex.es/>

-Ministerio de agricultura, alimentación y medio Ambiente (Magrama). Agencia de información y control alimentarios (Aica). Página web oficial: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/instrumentos-apoyo/Documents/PDF/JAP%C3%93N.PDF>

-OMC (Organización mundial del comercio) (2015). Página web oficial: [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/countries\\_s/japan\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/japan_s.htm)

-OMS (Organización mundial de la salud) (2015). Página web oficial: <Http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs404/es/>

-Portal Santander trade. (2015). Japón: política y economía. Disponible online en: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/japon/politica-y-economia>

-Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Economía y Competitividad. Acuerdos comerciales de la UE (2015). Disponible online en: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/politica-comercial/relaciones-bilaterales-union-europea/asia/Paginas/japon.aspx>

-UN Comtrade - International Trade Statistics Database (2015). Página web oficial: <http://www.comtrade.un.org/>

-Unión Europea (2015). Página web oficial: [http://europa.eu/index\\_es.htm](http://europa.eu/index_es.htm)