

## Reseñas

### GUÍA DE NEGOCIOS DE JAPÓN (2001)

136 páginas

PVP: 13 €

Cód.: 312720



Pese a la crisis, la dimensión económica de Japón hace de este país un objetivo irrenunciable para aquellas empresas con vocación de situarse y consolidar posiciones en el marco de la internacionalización que preside, en la actualidad y tanto a escala pública como privada, las relaciones económicas y comerciales en todo el mundo.

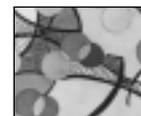
Japón es, en efecto, la segunda economía del mundo después de EEUU y, aunque con un escaso grado de apertura —en torno al 18 por 100— el tercer socio comercial mundial, ligeramente por detrás de la UE y EEUU, por el volumen de transacciones. Con casi 127 millones de habitantes de elevado poder adquisitivo y gran influencia en la zona, constituye un mercado con un enorme potencial, sobre todo, si se atiende al todavía relativamente escaso flujo comercial entre este país y la UE en general y, en particular, con España.

La debilidad en las relaciones económicas y comerciales bilaterales se debe, en parte, como se afirma en esta guía, a que las empresas españolas consideran Japón como un mercado lejano, difícil y casi inaccesible, dadas las peculiaridades del,

así llamado, modelo japonés. Pero, la guía también explica como, por paradójico que parezca, la actual coyuntura de crisis puede contribuir a eliminar esta percepción y a facilitar el robustecimiento de las corrientes comerciales y de inversión hacia este país.

En efecto, la crisis y la subsiguiente desregulación administrativa han debilitado los nexos empresariales (*keiretsu*) y los canales de distribución tradicionales lo que, junto a la progresiva implantación de un sistema más competitivo —que conlleva la eliminación de intermediarios— facilita la entrada de productos extranjeros y hace más factibles las ventas directas (de hecho, las *trading* desempeñan ya un papel menor y grandes almacenes, supermercados y otros minoristas empiezan a importar directamente). Asimismo muchas empresas en crisis han abierto su capital a empresas extranjeras o han firmado alianzas con ellas, lo que supone un cambio de actitud muy importante en el tradicional nacionalismo empresarial japonés.

Al igual que los restantes títulos de la colección, este «Guía de Negocios de Japón» se centra, tras las descripción geográfica, política y socioeconómica del país y el análisis de los principales indicadores macroeconómicos, en las oportunidades comerciales y de establecimiento de empresas que ofrece el mercado, detallando los sectores más atractivos para el empresario español. Además, se analizan los diversos marcos normativos: comercial y aduanero, inversión extranjera, fiscalidad, financiación y legislación laboral. Por último, se incluye un capítulo de información práctica (costes de establecimiento, direcciones de interés en España y Japón, etcétera).



SECCION  
ESTADISTICO-  
INFORMATIVA