



Ficha técnica para negociar con Japón



Perfil General del Consumidor japonés

- El consumidor japonés vive en una realidad geográfica y de escasez de recursos que, con el tiempo, se agudiza. Por ejemplo, el incremento de la población joven es incipiente, en línea con los limitados espacios públicos y familiares, sumándose a ello los muy escasos alimentos disponibles en la producción nacional y alta dependencia del exterior.
- Tecnología, ciencia, entretenimiento, ingeniería e innumerables industrias conexas a ellas configuran espacios crecientes en el consumo general del poblador japonés, apostando por un alto reconocimiento de la calidad, respeto a marcas nacionales (esto último con una tendencia a disminuir), visión global y vanguardismo.
- Debido a la longeva población existente, los servicios hacia ese gran segmento son diversos y permiten abordar un mercado que paga precios elevados por recibir alta calidad, excelente servicio al cliente, profesionalismo y seriedad.



Cuidados en el Proceso de Negociación

- La tarjeta de presentación representa a "la persona", de modo tal que la entrega con ambas manos, una lectura cuidadosa y el trato que se le dé a la tarjeta recibida en una reunión determinan en gran medida las voluntades de construir o no trabajos conjuntos.
- El hombre de negocios japonés valora la relación de negocios más allá de la relación personal y procura que se eviten malas interpretaciones por este hecho. Es por ello que podrían rechazar, más de una vez, recibir un obsequio.
- Debe evitarse comunicar sus ideas de manera tan directa. Un error común de algunos empresarios foráneos es fungir de ser directos, pero ello podría percibirse como dureza y se acercaría a ser visto como confrontacional.
- Al tratarse de una cultura formal, suelen proyectar dicha formalidad en su vestir, utilizando trajes oscuros, camisa de color blanco y corbatas tenues. En sus costumbres, al ingresar a un restaurante japonés o a sus casas, es ineludible quitarse los zapatos.



Estrategias de Negociación



- La pulcritud en todo aspecto y sentido (verbal, tono de voz, redacción, página web o redes, imagen corporativa y personal, material impreso) deberá gobernar cada aspecto comunicacional y mostrar especial cuidado. Del mismo modo, el respeto por su espacio personal al saludar, la reverencia de inclinarse frente a frente con las manos a los lados e incluir el estrechar la mano juegan un buen precedente en la cita de negocios.
- Para los propósitos de una buena sesión de trabajo, se recomienda tener los objetivos comerciales en forma clara y específica, con la información a la mano o con la seguridad de obtenerla con prontitud, y algo importante: tener paciencia y prudencia en todo el proceso de negociación, pues la impaciencia suele ser el factor detonante para dejar sin efecto lo avanzado.
- Una técnica común en el ejecutivo japonés es observar el comportamiento, lenguaje no verbal y gestos de sus interlocutores foráneos. Contrario a ello, los foráneos tienen menores posibilidades de reconocer gestos pues los japoneses suelen ser poco expresivos, cuidan sus palabras, por lo que se recomienda formular preguntas que provoquen recordar o evocar algo.

Información General de Japón

Inflación:

La tasa de inflación nacional japonesa es de 0.6%, en lo que va del año (2017), el 2016 fue de 0.4%.

Fuentes: Trading Economics

Tipo de Cambio:

El tipo de cambio en Japón es de 109.86 JPY por cada dólar americano.

PIB Japón:

El Producto Interior Bruto de Japón en el 2016 fue de 1%, mientras para el 2017 se estima un crecimiento de 0.5%.

Fuentes: Trading Economics

Puertos Internacionales:

- Kobe
- Nagoya
- Tokio
- Yokohama
- Osaka
- Mijushima
- Chiba
- Sendai
- Kashim
- Moji

Fuente: SIICEX, World Port Source

Aeropuertos Internacionales:

- Tokio
- Narita
- Chitose
- Haneda
- Kansai
- Osaka
- Chubu Central

Fuente: Santander Trade - Japón, Oficina de Aviación Civil - Japón, Aeropuertos.net

Normas de Protocolo

- La cultura japonesa presenta aspectos reconocidos globalmente como muy formales y protocolares. Por ejemplo, el reconocimiento a las jerarquías, trabajos en equipo y consensos, puntualidad, contar con un intérprete y ofrecer expresiones de respeto permanentes en un diálogo, son fundamentales para iniciar y construir relaciones comerciales.
- Tomar contacto por primera vez con ellos es una tarea que requiere de cuidado y tino. Por ejemplo, para llegar a entablar comunicación, un amigo japonés puede ser un modo efectivo de presentarse con el potencial cliente. De carecer de esa posibilidad, no está mal visto realizar una llamada directa y presentarse.
- Se recomienda que la tarjeta personal se encuentre traducida al japonés, o inglés, además, deberá ser entregada al inicio de la reunión. Dirigirse siempre a un japonés por su apellido, y si le agrega la expresión "san", acompaña una cuota de respeto que será valorado.
- En una reunión de negocios se deberá contar con antecedentes propios de sus expresiones culturales para enriquecer el diálogo y demostrar el interés en ellos; por ejemplo, su gastronomía, música, danza, pintura y ceremonias tradicionales.