

El mercado de pieles curtidas y confección en Japón

El mercado de pieles curtidas y confección en Japón

Esta nota ha sido elaborada por Miguel Ángel Magallares Temiño bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio

Octubre 2010

ÍNDICE

CONCLUSIONES	5
I. DEFINICION DEL SECTOR	7
1. Delimitación del sector	7
2. Clasificación arancelaria	8
II. OFERTA	9
1. Tamaño del mercado	9
2. Producción local	13
3. Importaciones	15
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	34
1. Tendencias en la distribución de la renta disponible	34
2. Análisis del comportamiento del consumidor	37
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	39
1. Tarifas arancelarias	39
2. Impuesto sobre ventas	40
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	41
1. Posicionamiento de España y sus competidores	41
2. Adaptación del producto	42
VI. DISTRIBUCIÓN	44
1. Estrategias de canal	44
2. Establecimiento	47
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	52
1. Documentos de exportación	52
2. Normativa específica	53
3. Defensa jurídica	58
4. Agencias competentes	58
VIII. ANEXOS	59
1. Ferias	59
2. Publicaciones del sector	60

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

3. Asociaciones	60
4. Organismos oficiales españoles	61
5. Organismos oficiales japoneses	61
6. Organismos europeos	63
7. Bancos españoles en Japón	63



ICEX

CONCLUSIONES

La industria japonesa de pieles curtidas y confección en piel no se trataba de un sector del interés del gobierno hasta fechas recientes. Debido a éste cambio de estrategia, en la actualidad goza de un trato preferencial. Esto se materializa en un sistema de cuotas y aranceles bastante restrictivo, vigente para pieles curtidas y calzado. La confección en piel sigue unas reglas distintas y no está tan protegida. La situación no ha variado desde 1996, por lo que un estudio de la UE de 1998 sigue aún en vigencia. Este informe indicaba la concesión de subsidios al sector por parte del gobierno japonés y la restricción de importaciones de productos acabados europeos. No obstante, a pesar de los esfuerzos, los datos de producción nacional reflejan un claro declive del sector. El número de empresas disminuye progresivamente y las importaciones de países asiáticos se incrementan.

Los datos del comercio de las partidas arancelarias del sector muestran una contracción general en el sector. En los años previos a la crisis económica se experimentó un crecimiento paulatino de las transacciones y en ciertas partidas éste fue bastante importante, No obstante y desde 2007 aproximadamente, las exportaciones están decreciendo. La misma evolución están experimentando las importaciones. Por países, Italia, China y Corea del Sur son los principales actores en el mercado japonés. También hay que mencionar a Brasil y Argentina en el sector de pieles de bobino y equino. Nigeria es el primer exportador en pieles de «otros animales» tanto preparados como depilados. También Francia goza de reconocimiento en este sector.

En el caso de España, hay que indicar que en todas partidas se sitúa entre los diez primeros exportadores a Japón. Aún no cuenta con el prestigio de Italia, pero los productos españoles son reconocidos por su gran calidad y su precio asequible. La presencia de marcas como *Loewe*, así como el hecho de ser proveedores de empresas de lujo a nivel mundial, han otorgado una imagen muy buena en el sector. Este hecho está facilitando la entrada de más compañías en Japón lo que previsiblemente mejore aún más nuestra imagen-país.

Generalmente no es necesaria adaptación de los productos de confección en piel en cuanto a tallas. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que cuando un producto es exitoso en Japón la demanda será fuerte y posiblemente durante un periodo de tiempo menor que en

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Europa. Por tanto, la empresa habrá de estar preparada para hacer frente a esa demanda y tener bien estudiado el proceso de importación. Las tarifas arancelarias varían según la partida y el producto. También se ha de tener en cuenta la cuota de importación para las pieles curtidas.

Respecto a la distribución, la tendencia, al igual que ocurre en otros sectores, es a un acortamiento y reducción de intermediarios. No obstante, varía según el producto. Las pieles curtidas solían importarse a través de agentes especializados, pero actualmente algunas empresas están dirigiéndose directamente a productores extranjeros. También está ocurriendo lo mismo con manufacturas en piel (zapato y vestimenta). Contactan con empresas de terceros países para conseguir materias primas de calidad y/o menores precios. En cuanto a la confección en piel, la distribución es más sencilla. Actualmente existen muchos puntos de venta, desde grandes almacenes, tiendas de confección, minoristas especializados...

Japón es un mercado en el que España está bien posicionada. No obstante, aún se puede lograr más reconocimiento. La presencia en ferias es una de las formas más sencillas y de mayor éxito entre el público nipón. Adicionalmente, se recomienda contar con un contacto en el país que organice el proceso de entrada en el mercado.

ICEX

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El sector objeto de estudio está compuesto; según el sistema armonizado, capítulos 41 y 42; por «Pieles (excepto peletería) y cueros» y «Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería: artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa». Están incluidos en la sección VIII «Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa».

Por origen, las pieles pueden ser de ovino, bovino, caprino, porcino, conejo, reptil, etcétera. Según el tipo de piel y el curtido, la aplicación en la industria diferirá. Para acortar el análisis del sector, el presente informe se centrará en las fases de curtido y acabado.

El objetivo final de la industria de pieles curtidas es la de transformar la piel en bruto para poder utilizarla posteriormente en sectores como el del calzado, la decoración de interiores y mobiliario o la industria automovilística. El proceso productivo del curtido tiene diferentes etapas que van desde la compra de la materia prima, la ribera, el curtido, la tintura y el acabado. Debido al complejo proceso, la industria está muy especializada. Existe la opción de que una empresa se centre en una de las etapas de este proceso o que se vea involucrada en el proceso completo.

Debido a la gran variedad de pieles y de usos, el de las pieles curtidas es un sector muy segmentado que actúa como suministrador de materia prima para la producción de artículos y esto hace que el sector sea muy sensible a las modas. Este informe contempla también la confección en piel, es decir, prendas y complementos de vestir de cuero natural, artificial o regenerado.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Japón se rige por el Sistema Armonizado (HS en sus siglas en inglés). Por esta razón, esta nota sectorial empleará dicha nomenclatura, que además, comparte con el sistema TARIC (empleado por los países europeos) los primeros seis dígitos. La tabla 1 muestra las partidas arancelarias relevantes para el propósito de esta nota sectorial. Éstas están incluidas en la sección octava «Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa», capítulos 41 y 42.

Tabla 1: Partidas arancelarias consideradas.

Pieles curtidas	
4104	Cueros y pieles curtidas o crust, de bovino, incluido el búfalo, o de equino, depilados, incluso divididos pero sin otra preparación.
4105	Pieles curtidas o crust, de ovino, depiladas, incluso divididas pero sin otra preparación.
4106	Cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo, curtidos o crust, incluso divididos pero sin otra preparación.
4107	Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino (incluido el búfalo) o equino, depilados, incluso divididos (excepto los de la partida 4114)
4112	Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de ovino, depilados, incluso divididos (excepto los de la partida 4114).
4113	Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de los demás animales, depilados; cueros preparados después del curtido y cueros y pieles apergaminados, de animales sin pelo, incluso divididos (excepto los de la partida 4114).
4114	Cueros y pieles agamuzados, incluido el agamuzado combinado al aceite; cueros y pieles charolados y sus imitaciones de cueros o pieles chapados; cueros y pieles metalizados.
4115	Cuero regenerado a base de cuero o de fibras de cuero, en placas, hojas o tiras, incluso enrolladas; recortes y demás desperdicios de cuero o piel, preparados, o de cuero regenerado, inutilizables para la fabricación de manufacturas de cuero; aserrín, polvo y harina de cuero.

Confección en piel		
420310	Prendas de vestir de cueto natural o de cuero artificial o regenerado.	
	420310100	Prendas de vestir, de cuero natural o de cuero artificial o regenerado, con adornos de pelo, metales preciosos, metales revestidos con metales preciosos, metales plateados con metales preciosos, piedras preciosas y semipreciosas, perlas coral, marfil de elefante o bekko.
	420310200	Prendas y complementos de vestir, de cuero natural o de cuero artificial o regenerado, no incluidos en la partida 4203.10.100 (otros)

Fuente: Comercio Exterior Comisión Europea a través de http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El primer aspecto para entender el mercado japonés del cuero y la piel es comprender las raíces culturales del país. Japón es una nación eminentemente budista. Entre sus principios destaca la prohibición de matar. Por tanto, dadas las características de la industria objeto de estudio, ésta no gozaba de mucho reconocimiento en el país. Es más, eran las clases populares menos favorecidas las que se ocupaban de la matanza y despiece de los animales. Su consideración como tareas desagradables favoreció la discriminación de los trabajadores del sector. Afortunadamente, esta situación cambió y el sector pasó a ser uno de los prioritarios para el gobierno japonés.

Actualmente se ha pasado al extremo contrario. Existe un gran proteccionismo en el país para potenciar y desarrollar la industria. Éste se articula a través de un sistema de contingentes, como ocurre de forma llamativa en el sector de calzado en piel. La razón de ser de dicho control sobre las importaciones es, evidentemente, la no competitividad de este sector respecto al exterior. Este hecho queda patente en la decreciente exportación y en el decrecimiento en fabricantes que ha experimentado el país.

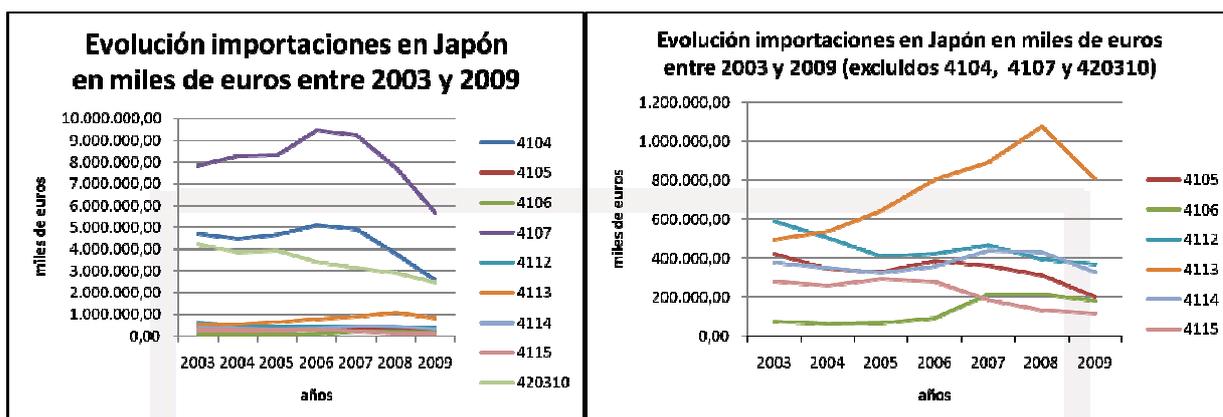
Para conocer el tamaño del mercado hay que tener en cuenta la producción nacional, las importaciones y las exportaciones. El apartado dos de esta sección abordará el primero de ellos, mientras que a continuación se detallan los datos agregados de los otros dos conceptos. Finalmente, el apartado tres, desglosa las importaciones japonesas totales, ofrece una clasificación de los cinco principales países exportadores al país así como los mismos datos para España.

Los siguientes gráficos muestran la evolución temporal de las importaciones de las partidas de pieles, cueros y sus manufacturas consideradas. Se observa una tendencia decreciente desde 2007 y 2008 a causa de crisis financiera. En años anteriores la evolución fue similar hasta 2005, en el cual algunas partidas comenzaron a crecer. La única que escapa a esa tendencia, aunque 2009 ha supuesto una caída hasta valores de 2006, es la 4113 [Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de los demás animales, depilados; cueros preparados después del curtido y cueros y pieles apergaminados, de animales sin pelo, incluso divididos (excepto los de la partida 4114)].

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

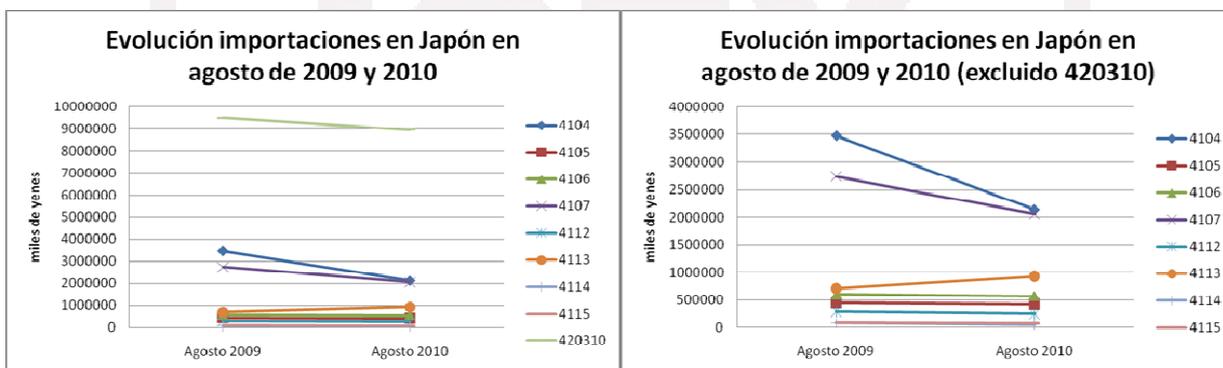
Las partidas 4104, 4105 y 4115 son las que mayor descenso experimentan entre 2003 y 2009; mientras que la 4106 es la que mayor porcentaje de aumento tiene. Estos datos vienen recogidos en las tablas 2 y 3.

Gráfico 1: Evolución importaciones de Japón en miles de euros entre 2003 y 2009.



Fuente: Elaboración propia a partir de United Nations Commodity Trade Statistics Database.

Gráfico 2: Evolución importaciones a Japón en miles de yenes para 2009 y 2010.



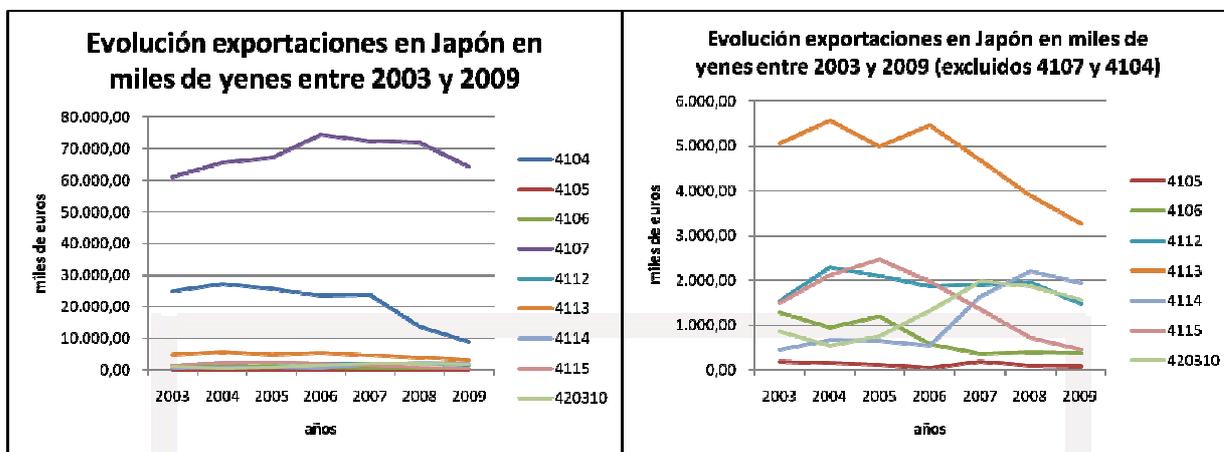
Fuente: Elaboración propia a partir de United Nations Commodity Trade Statistics Database.

En relación con las exportaciones, se observa que siguen un patrón similar. Los gráficos siguientes muestran un descenso de la mayoría de partidas arancelarias, incluso antes de la crisis. Sólo algunas, como la 4114 y la 420310, experimentaron un aumento en las exportaciones en los años inmediatos.

Los datos entre agosto de 2009 y 2010 del acumulado de exportaciones muestran la misma situación. En agosto de 2010 el valor de las exportaciones hasta la fecha era inferior a la de un año antes para casi todas las partidas.

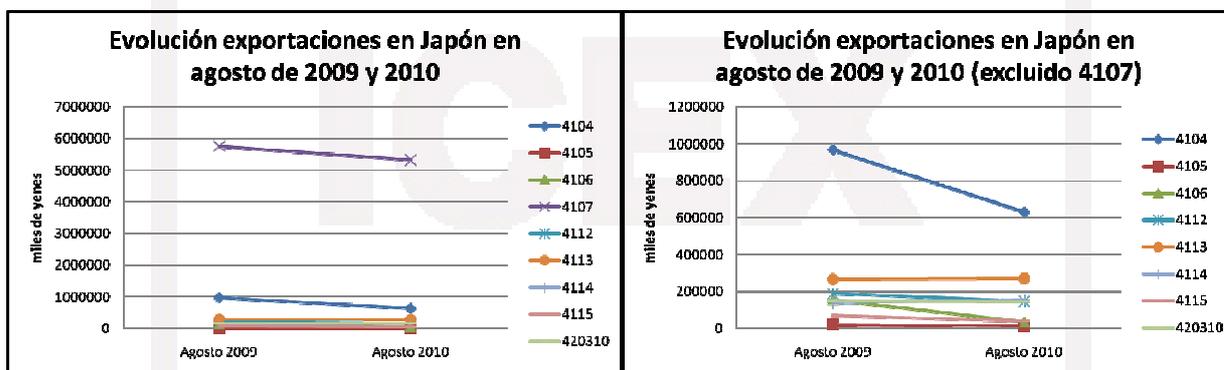
EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Gráfico 3: Evolución exportaciones de Japón en miles de euros entre 2003 y 2009.



Fuente: Elaboración propia a partir de United Nations Commodity Trade Statistics Database.

Gráfico 4: Evolución del valor acumulado de exportaciones a Japón en miles de yenes para agosto de 2009 y 2010.



Fuente: Elaboración propia a partir de United Nations Commodity Trade Statistics Database.

En definitiva, se observa que aún se están sufriendo los efectos de la crisis económica así como la baja productividad y eficiencia de la industria en comparación con el exterior. No obstante, Japón sigue mostrándose como un país consumidor de estos productos, lo que, cuando se recupere la confianza y aumente el consumo, volverán a existir oportunidades de negocio para las industrias extranjeras del sector.

Para aquellos que deseen un análisis más cuantitativo de la situación, las tablas 2 y 3 muestran los valores de importaciones y exportaciones desde 2005 hasta 2009 en miles de euros. Se indican también la cuota que representa cada partida sobre el total anual y la variación anual.

EL MERCADO DE PIELS CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Tabla 2: Importaciones de Japón de pieles, cueros y sus manufacturas.

	2005			2006			2007			2008			2009			Var. 2003-2009
	Miles €	Cuota	Var. Anual													
4104	4.664.249 €	24,58%	4,04%	5.090.149 €	25,04%	9,13%	4.926.886 €	24,78%	-3,21%	3.773.096 €	22,20%	-23,42%	2.571.943 €	20,16%	-31,83%	-45,23%
4105	329.781 €	1,74%	-4,88%	385.914 €	1,90%	17,02%	359.770 €	1,81%	-6,77%	314.496 €	1,85%	-12,58%	202.459 €	1,59%	-35,62%	-52,32%
4106	67.090 €	0,35%	3,77%	90.997 €	0,45%	35,63%	214.464 €	1,08%	135,68%	213.462 €	1,26%	-0,47%	180.514 €	1,42%	-15,44%	143,36%
4107	8.320.750 €	43,84%	0,41%	9.468.544 €	46,59%	13,79%	9.252.001 €	46,53%	-2,29%	7.740.165 €	45,55%	-16,34%	5.698.933 €	44,68%	-26,37%	-27,41%
4112	411.723 €	2,17%	-18,57%	423.708 €	2,08%	2,91%	467.075 €	2,35%	10,24%	393.494 €	2,32%	-15,75%	367.726 €	2,88%	-6,55%	-37,82%
4113	644.249 €	3,39%	19,85%	801.432 €	3,94%	24,40%	891.405 €	4,48%	11,23%	1.077.634 €	6,34%	20,89%	807.413 €	6,33%	-25,08%	63,17%
4114	326.419 €	1,72%	-6,57%	356.431 €	1,75%	9,19%	439.795 €	2,21%	23,39%	431.500 €	2,54%	-1,89%	328.442 €	2,58%	-23,88%	-12,76%
4115	293.369 €	1,55%	13,56%	278.590 €	1,37%	-5,04%	185.196 €	0,93%	-33,52%	133.058 €	0,78%	-28,15%	117.983 €	0,92%	-11,33%	-57,71%
420310	3.920.454 €	20,66%	1,87%	3.429.335 €	16,87%	-12,53%	3.145.551 €	15,82%	-8,28%	2.917.222 €	17,17%	-7,26%	2.479.602 €	19,44%	-15,00%	-41,47%
TOTAL	18.978.084 €	100,00%	1,59%	20.325.098 €	100,00%	7,10%	19.882.144 €	100,00%	-2,18%	16.994.127 €	100,00%	-14,53%	12.755.016 €	100,00%	-24,94%	-32,95%

Fuente: Elaboración propia a partir de United Nations Commodity Trade Statistics Database.

Tabla 3: Exportaciones de Japón de de pieles, cueros y sus manufacturas.

	2005			2006			2007			2008			2009			Var. 2003-2009
	Miles €	Cuota	Var. Anual	Miles €	Cuota	Var. Anual	Miles €	Cuota	Var. Anual	Miles €	Cuota	Var. Anual	Miles €	Cuota	Var. Anual	
4104	25.740 €	24,44%	-5,99%	23.578 €	21,48%	-8,40%	23.682 €	21,90%	0,44%	13.621 €	14,07%	-42,48%	8.833 €	10,71%	-35,15%	-64,70%
4105	122 €	0,12%	-18,12%	50 €	0,05%	-59,02%	182 €	0,17%	264,00%	107 €	0,11%	-41,21%	88 €	0,11%	-17,34%	-55,11%
4106	1.197 €	1,14%	26,00%	582 €	0,53%	-51,38%	372 €	0,34%	-36,08%	407 €	0,42%	9,41%	381 €	0,46%	-6,38%	-70,37%
4107	67.271 €	63,88%	2,44%	74.363 €	67,76%	10,54%	72.327 €	66,90%	-2,74%	72.022 €	74,42%	-0,42%	64.499 €	78,17%	-10,45%	5,53%
4112	2.094 €	1,99%	-8,92%	1.869 €	1,70%	-10,74%	1.907 €	1,76%	2,03%	1.951 €	2,02%	2,31%	1.473 €	1,79%	-24,50%	-3,59%
4113	4.987 €	4,74%	-10,48%	5.469 €	4,98%	9,67%	4.681 €	4,33%	-14,41%	3.884 €	4,01%	-17,03%	3.274 €	3,97%	-15,70%	-35,33%
4114	657 €	0,62%	-2,38%	538 €	0,49%	-18,11%	1.635 €	1,51%	203,90%	2.198 €	2,27%	34,43%	1.943 €	2,35%	-11,62%	334,59%
4115	2.475 €	2,35%	16,91%	1.978 €	1,80%	-20,08%	1.349 €	1,25%	-31,80%	725 €	0,75%	-46,26%	448 €	0,54%	-38,17%	-70,02%
420310	763 €	0,72%	41,04%	1.320 €	1,20%	73,00%	1.981 €	1,83%	50,08%	1.862 €	1,92%	-6,01%	1.570 €	1,90%	-15,69%	81,91%
TOTAL	105.306 €	100,00%	-0,04%	109.747 €	100,00%	4,22%	108.116 €	100,00%	-1,49%	96.777 €	100,00%	-10,49%	82.509 €	100,00%	-14,74%	-14,96%

Fuente: Elaboración propia a partir de United Nations Commodity Trade Statistics Database.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Debido a la escasa importancia del sector en Japón, cada vez se publican menos datos sobre el mercado en general y la producción nacional en particular. No obstante, el periódico especializado, *Hikaku Kogyo Shimbun*, recoge el destino de cada tipo de piel en valor de mercado y en porcentaje sobre la producción total. Estos datos vienen recogidos en las tablas de la siguiente página.

Las pieles que principalmente se elaboran en Japón son, por orden de importancia; bovino, porcino y ovino.

En relación con el destino de la producción, es mayoritariamente para el mercado interno. Únicamente es significativo indicar el 23,5% de la piel de porcino que sí es exportado.

La producción se encuentra esparcida por diversas regiones y ciudades de la geografía nipona. En primer lugar, Tokio, la producción principal es la de piel de porcino, ovino, caprino y de canguro (esta última no recogida en las estadísticas oficiales por su menor importancia). Saitama, en las cercanías de la capital se centra en la piel de cordero y reptil y con usos en peletería. La región de Nara procesa piel de ciervo para la confección de guantes, bolsos y prendas de vestir. Wakayama destina su variada producción a marroquinería, calzado y serraje.

Una región con amplia experiencia en el curtido y confección en piel es la prefectura de Hyogo. Allí se encuentran 6 ciudades con industria del sector. Primeramente, en la región de Tatsuno encontramos Matsubara, Honda y Sawada. Matsubara es la aglomeración de empresas peleteras más grande de la zona. La producción se centra en marroquinería, calzado de caballero y señora y cinturones. En la región de Himeji están los centros productivos de Takagi y Gochaku. El primero fabrica calzado de señora, caballero y de seguridad y marroquinería. Además, cuenta con un 30% de empresas con producción propia. Gochaku se centra en maletas, marroquinería, accesorios y piel para uso artesanal ya que su piel ha sido tradicionalmente muy gruesa. Como curiosidad, también confeccionan un tipo de calzado tradicional japonés denominado *zoori*. Por último, la región de Kawanishi se centra en marroquinería, confección en piel, guantes y calzado.

El sector viene experimentando una reducción en el número de empresas y de trabajadores desde hace aproximadamente una década tanto por causas internas como por la entrada de pieles a precios muy competitivos de Asia, América y, en parte, Europa.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Tabla 4: Producción nacional por producto final.

	Piel de bovino		Piel de bovino entre 6 meses y 2 años		Piel de ternero		Piel de equino		Piel de caprino		Piel de ovino		Piel de porcino	
Mercado doméstico	93,90%		99,30%		100,00%		98,70%		100,00%		100,00%		76,50%	
Exportación	6,10%		0,70%		0,00%		1,30%		0,00%		0,00%		23,50%	
Producto final	Piel de bovino		Piel de bovino entre 6 meses y 2 años		Piel de ternero		Piel de equino		Piel de caprino		Piel de ovino		Piel de porcino	
	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje
Empeine	58.812,00	30%	18.195,00	70%	4.913,00	89%	550,00	5%	20.782,00	89%	12.816,00	44%	4.300,00	5%
Suela	1.480,00	0,80%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	5.130,00	45,30%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	35.369,00	38,60%
Plantilla	470,00	0,20%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	48,00	0,20%	0,00	0,00%	2.000,00	2,20%
Maletines y bolsos	60.477,00	30,90%	7.296,00	28,00%	634,00	11,40%	3.737,00	33,00%	1.900,00	8,20%	1.118,00	3,90%	5.836,00	6,40%
Confección	14.371,00	7,30%	420,00	1,60%	7,00	0,10%	1.806,00	15,90%	538,00	2,30%	11.394,00	39,30%	20.473,00	22,30%
Otros	60.299,00	30,80%	171,00	0,70%	0,00	0,00%	100,00	0,90%	0,00	0,00%	3.698,00	12,70%	23.652,00	25,80%
TOTAL	195.909,00	100,00%	26.082,00	100,00%	5.554,00	100,00%	11.323,00	100,00%	23.268,00	100,00%	29.026,00	100,10%	91.630,00	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del «Hikaku Kogyo Shimbun».

Tabla 5: Producción nacional según origen.

	Piel de bovino		Piel de bovino, 6 meses-2 años		Piel de ternero		Piel de equino		Piel de caprino		Piel de ovino		Piel de porcino	
	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje
Matsubara (Tatsuno, Hyogo)	50.080,00	25,60%	600,00	2,30%	400,00	7,20%	350,00	3,10%	0,00	0,00%	500,00	1,72%	20.000,00	21,80%
Honda (Tatsuno, Hyogo)	25.456,00	13,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	650,00	2,24%	0,00	0,00%
Sawada (Tatsuno, Hyogo)	8.600,00	4,40%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Takagi (Himeji, Hyogo)	25.456,00	13,00%	6.717,00	25,80%	1.335,00	24,04%	9.523,00	84,10%	1.000,00	4,30%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Gochaku (Himeji, Hyogo)	15.260,00	7,80%	2.070,00	7,90%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Kawanishi (Hyogo)	3.372,00	1,70%	0,00	0,00%	500,00	9,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Wakayama	8.119,00	4,10%	4.002,00	15,30%	87,00	1,57%	850,00	7,50%	1.355,00	5,80%	4.353,00	15,00%	0,00	0,00%
Tokyo	6.425,00	3,30%	8.417,00	32,30%	1.241,00	22,34%	0,00	0,00%	20.613,00	88,60%	12.523,00	43,14%	69.630,00	76,00%
Osaka etc.	5.900,00	3,00%	2.740,00	10,50%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Saitama etc.	47.241,00	24,10%	1.536,00	5,90%	1.991,00	35,85%	600,00	5,30%	300,00	1,30%	11.000,00	37,90%	2.000,00	2,20%
TOTAL	195.909,00	100,00%	26.082,00	100,00%	5.554,00	100,00%	11.323,00	100,00%	23.268,00	100,00%	29.026,00	100,00%	91.630,00	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del «Hikaku Kogyo Shimbun».

3. IMPORTACIONES

Japón ha experimentado periodos de recesión económica desde antes de la de 2008. Esa situación parecía estar acabándose en 2006. Sin embargo, la crisis financiera afectó de nuevo al consumo interno y, por ende, a las transacciones económicas del país. Como se puede observar en este apartado, las importaciones del sector decrecieron a lo largo de 2007 y 2008. En 2009 muchas partidas alcanzan sus mínimos en el último quinquenio.

En relación con la evolución de España, la situación parecía seguir una evolución positiva en varias partidas arancelarias. Muchas de ellas incrementaban en valor año tras año. Sin embargo, la situación del consumo tras la crisis ha favorecido que se retraigan sus valores. El dato positivo es el posicionamiento español en el mercado japonés. En la mayor parte de las partidas nos situamos entre los puestos quinto y séptimo. No obstante, los valores suelen ser bastante inferiores a los de los principales socios. La excepción, la piel de ovino (partida arancelaria 4105) en la que España ocupa la segunda posición.

A continuación se desglosan las importaciones japonesas para los años 2005 a 2009 en miles de euros y por partidas arancelarias. Para el análisis de cada una de ellas se seguirá el esquema que se detalla a continuación. Primeramente, se presenta un gráfico con la evolución global de las importaciones para los años indicados. Los datos han sido obtenidos de la base de datos de las Naciones Unidas y de las Aduanas Japonesas y muestran las importaciones hasta 2009 en miles de euros. Para las exportaciones en 2010, a fecha de agosto (últimos datos publicados), remítase el lector a la sección primera del presente apartado.

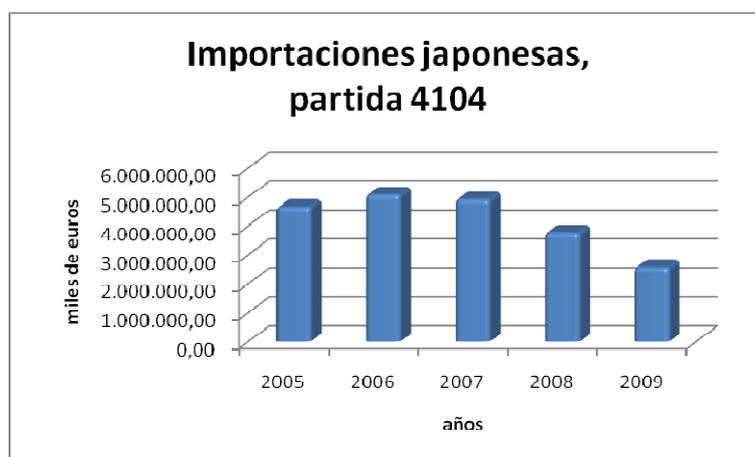
En segundo lugar, se muestra una tabla con los valores de dichas importaciones en miles de euros para los principales países exportadores en el periodo analizado. Se incluyen los mayores exportadores a Japón, generalmente los cinco primeros. No obstante, cuando España ocupa la séptima o sexta posición se incluyen todos los países anteriores en la clasificación. Por esta razón, algunas tablas y gráficos contienen más de cinco países. Adicionalmente, se muestra el porcentaje que representa cada uno de ellos sobre el total y la variación del valor importado entre 2005 y 2009. A continuación se indica el puesto que ocupa cada uno de ellos de acuerdo a las exportaciones de 2009. También se incluyen los datos de España. Finalmente, un gráfico muestra la evolución temporal de dichas exportaciones por país, que se completa con otro que especifica las provenientes desde España.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

4104 – Importaciones de «cueros y pieles curtidas o crust, de bovino, incluido el búfalo, o de equino, depilados, incluso divididos pero sin otra preparación».

El siguiente gráfico muestra la evolución temporal de las importaciones en euros y yenes desde 2005 a 2009. Se observa como ésta sigue la tendencia general de decrecimiento. Los años previos a la crisis económica indicaban una mejoría del consumo japonés. Sin embargo, a partir de 2007, y de forma clara en 2008 y 2009, el comprador japonés se ha vuelto más conservador. Tanto el consumidor final como el productor de confección en piel se han visto afectados por la recesión.

Gráfico 5: Evolución temporal de las importaciones de cuero y pieles curtidas de bovino y equino.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

El origen de los productos de esta partida está liderado por Brasil, el cual ha desbancado a Italia como principal exportador. No obstante, a pesar de los buenos resultados, la evolución sigue la misma línea que el agregado. Tras un repunte en 2007, los valores de exportación se han reducido considerablemente. Argentina, segunda, y Estados Unidos, tercero, muestran una evolución exáctamente igual a la de Brasil. Italia, antes líder de las exportaciones a Japón ha visto su valor decrecer a lo largo del lustro.

Estos datos se muestran desagregados en la siguiente tabla.

Tabla 6: Clasificación de las importaciones de cuero y pieles curtidas de bovino y equino por país.

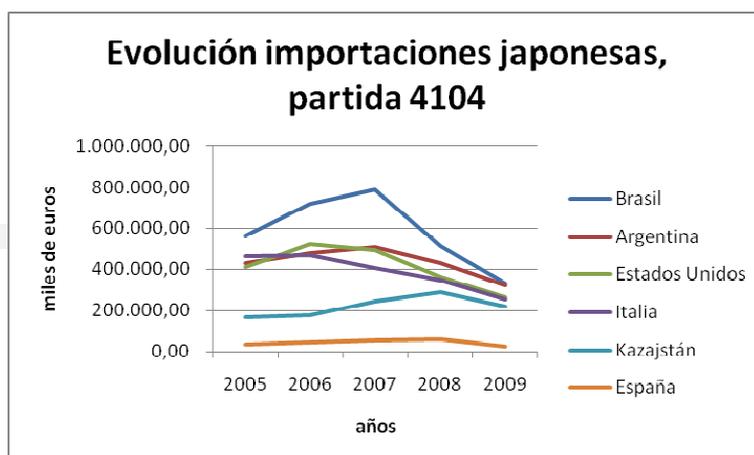
Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Brasil	502.517,00	525.231,00	560.475,00	720.469,00	789.372,00	514.859,00	330.794,00
Argentina	404.598,00	400.469,00	428.613,00	481.617,00	508.992,00	431.734,00	323.725,66
Estados Unidos	424.089,00	379.593,00	410.967,00	522.204,00	494.040,00	360.982,00	265.893,46
Italia	564.031,00	464.689,00	462.553,00	471.084,00	407.006,00	345.494,82	253.718,78
Kazajstán	44.833,12	77.728,18	167.858,27	175.018,85	246.655,50	287.504,48	218.331,67
España	52.148,00	41.826,00	37.326,00	42.867,00	52.171,00	59.449,00	25.702,27
Total	4.696.041,76	4.483.114,74	4.664.249,48	5.090.148,62	4.926.886,44	3.773.095,63	2.571.943,23

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Se puede apreciar la evolución de las exportaciones de estos países en el siguiente gráfico.

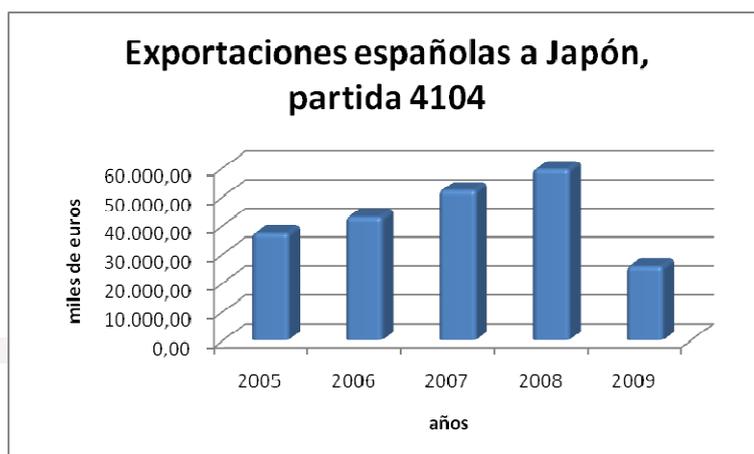
Gráfico 6: Evolución temporal de las importaciones de cuero y pieles curtidas de bovino y equino para los principales países exportadores.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

España ha exportado cantidades crecientes hasta 2008 para caer posteriormente a niveles inferiores a 2003.

Gráfico 7: Evolución temporal de las exportaciones españolas de cuero y pieles curtidas de bovino y equino.



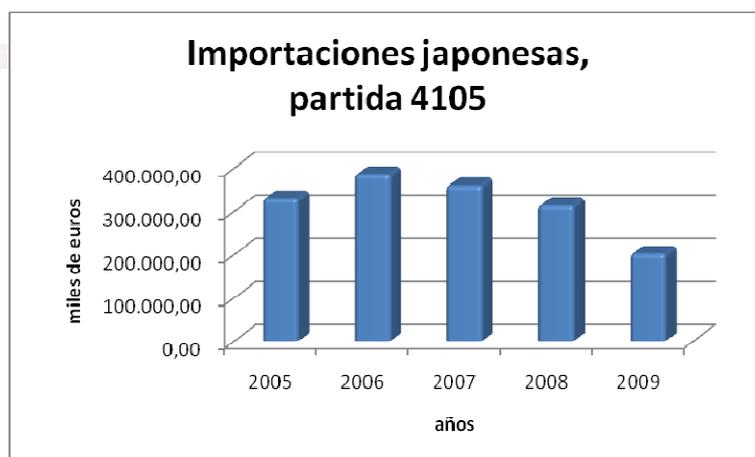
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

4105 – Importaciones de «pieles curtidas o crust, de ovino, depiladas, incluso divididas pero sin otra preparación».

En el siguiente gráfico se vuelve a demostrar el efecto adverso que la crisis económica ha tenido sobre las exportaciones extranjeras a Japón. Crecientes hasta 2006, en 2008 ya suponían valores inferiores a los de 2005.

Gráfico 8: Evolución temporal de las importaciones de pieles curtidas o crust de ovino.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Si se desagregan los datos para los principales países exportadores a Japón obtenemos la siguiente tabla.

Tabla 7: Clasificación de las importaciones de pieles curtidas o crust de ovino por país.

Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Arabia Saudita	30.032,00	22.244,00	19.534,00	30.010,00	50.259,00	46.481,10	44.354,71	1
España	53.777,00	39.811,00	35.852,00	31.585,00	36.870,00	44.189,00	27.956,61	2
Etiopía	25.235,00	1.898,00	12.277,00	17.167,00	21.578,00	16.075,00	14.823,03	3
Italia	63.284,00	39.481,00	30.135,00	27.790,00	24.566,00	22.315,26	13.492,85	4
Nueva Zelanda	38.340,00	16.925,00	9.523,00	14.428,00	15.543,00	13.755,00	12.966,94	5
Kazajstán	7.691,51	19.921,83	29.382,05	6.848,91	5.025,13	17.682,93	5.650,84	12
Total	424.640,20	346.689,11	329.781,05	385.913,92	359.770,14	314.495,97	202.458,72	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Arabia Saudí se posiciona en primer puesto desde 2007. No obstante, se han reducido progresivamente los valores de exportación hasta la fecha. España mantiene la segunda posición, lugar que ha ocupado en todo momento en el último lustro, salvo en 2004. La reducción del valor de las exportaciones está cifrada en casi un 50%. Este dato se observa claramente en el gráfico 10, en el que los valores de 2009 son los menores de todo el periodo.

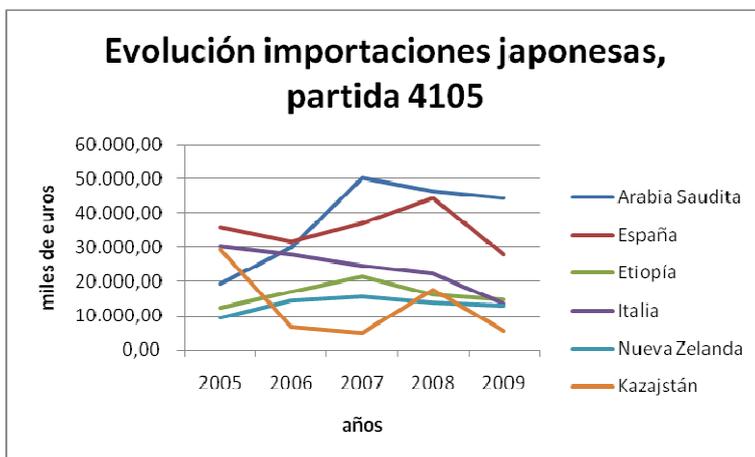
EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Italia ocupaba la primera posición en 2003 y la segunda en 2004 y 2005. En los últimos cuatro años sus exportaciones han caído considerablemente lo que le ha situado en puestos inferiores. Nueva Zelanda ha tenido una evolución desigual, pero ha perdido valor de exportación en los últimos años.

Por último se incluye a Kazajstán. Si bien en 2009 ocupaba la duodécima posición, en años anteriores era un actor relevante.

La evolución de las importaciones japonesas de estos países viene reflejada de forma gráfica a continuación.

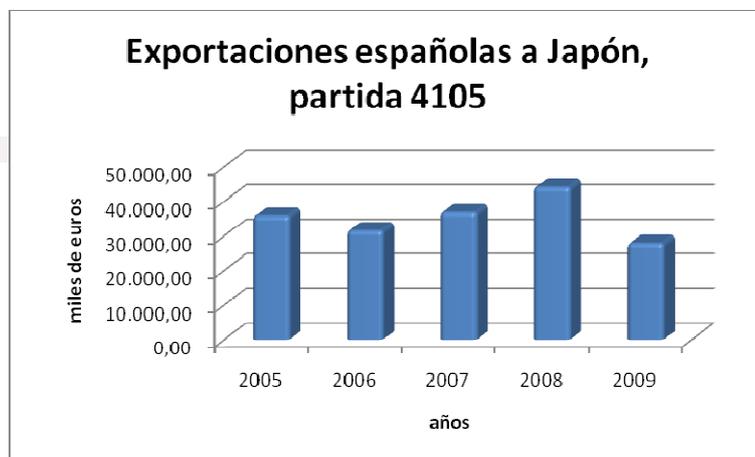
Gráfico 9: Evolución temporal de las importaciones de pieles curtidas o crust de ovino por país.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Por último, al igual que para el resto de partidas, se incluye el gráfico con la evolución de las exportaciones españolas anteriormente detalladas.

Gráfico 10: Evolución temporal de las exportaciones españolas de pieles curtidas o crust de ovino a Japón.



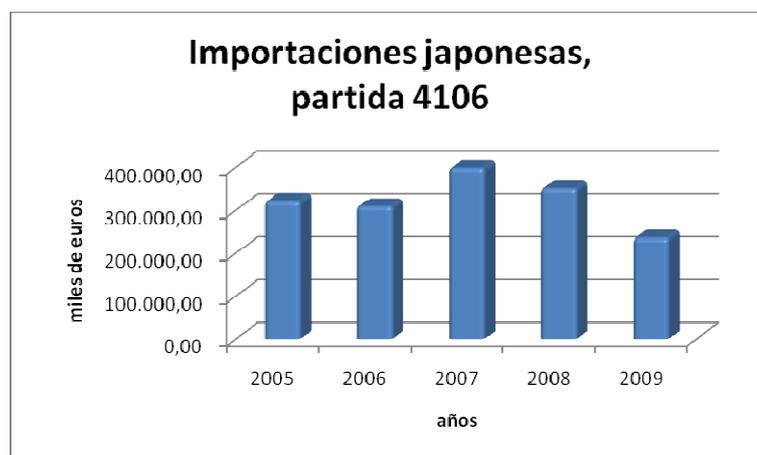
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

4106 – Importaciones de «cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo, curtidos o crust, incluso divididos pero sin otra preparación».

La evolución entre 2005 y 2009 revela el efecto de la crisis económica a partir de 2007. Ese año supone el inicio de un considerable decremento de casi el 50%. El dato llamativo es la reducción de ventas en 2006 respecto a 2005. A pesar de ser pequeño, apenas un 4%, contrasta con el crecimiento respecto a 2007, casi un 30%. Una de las posibles razones es la sustitución de pieles tradicionalmente más usadas a favor de las de otros animales más atípicos.

Gráfico 11: Evolución temporal de las importaciones de cueros y pieles depilados de los demás animales.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

La siguiente tabla muestra los principales exportadores en base a su valor de exportación en 2009. Nigeria ocupa la primera posición. A pesar de no ser un exportador tradicional a Japón, a partir de 2007 se situó como líder. Ha mantenido esta posición desde entonces con unas cifras muy superiores al resto de países. Le sigue Italia, anteriormente número uno, sus valores de exportación son muy inferiores a los de Nigeria. Además, la evolución ha sido claramente decreciente durante el periodo. En tercer lugar está Hong Kong con un 5,25% de la cuota y una evolución dispar. A pesar del estallido de la crisis sus exportaciones continuaron aumentando, al igual que ha ocurrido con Etiopía, cuarto en la clasificación.

Tabla 8: Clasificación de las importaciones de cueros y pieles depilados de los demás animales por país.

Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Nigeria	5.296,00	0,00	0,00	22.576,00	140.924,00	142.375,00	139.801,69	1
Italia	29.049,00	28.015,00	24.102,00	25.950,00	25.709,00	19.805,11	12.403,43	2
China-Hong Kong	6.186,00	10.846,00	16.914,00	10.871,00	15.178,00	18.377,00	9.257,74	3
Etiopía	9.147,00	2.040,00	7.929,00	10.857,00	14.526,00	15.685,00	7.156,63	4
Francia	10.880,00	11.488,00	7.671,00	9.630,00	11.086,00	12.218,00	6.391,38	5
España	13.619,00	12.266,00	10.474,00	11.113,00	7.041,00	5.002,00	5.503,08	6
Total	359.771,79	374.168,72	321.475,69	309.892,76	398.678,77	351.236,10	236.079,63	

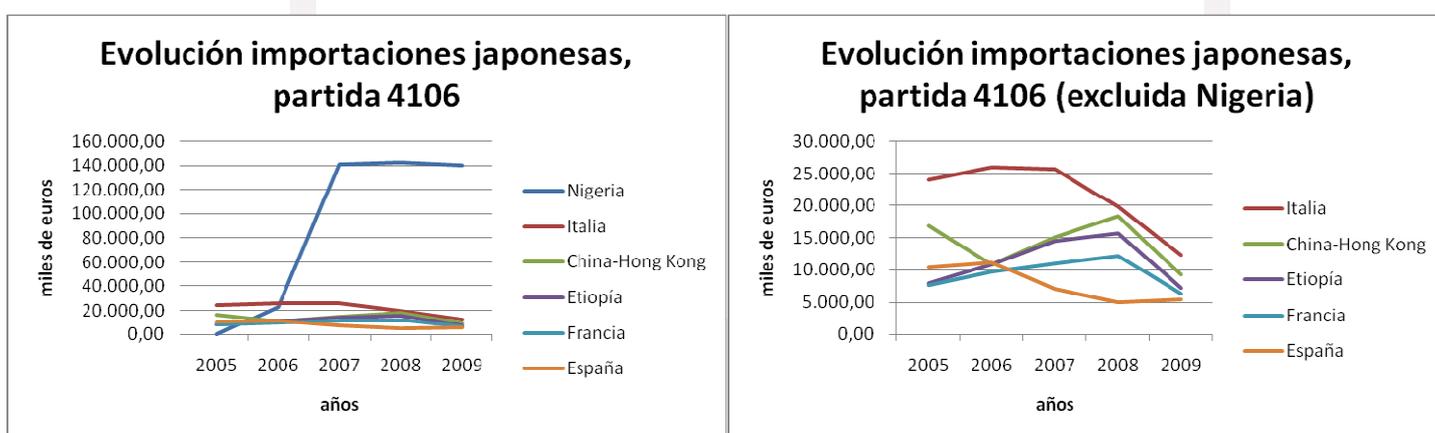
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Por último están Francia y España. El primero ha tenido una evolución sin un patrón claro. Generalmente exportaba menos que nuestro país, pero en los dos últimos años, ha superado a España. La razón es la reducción progresiva del valor de nuestras exportaciones.

Esta evolución descrita anteriormente se observa claramente en el siguiente gráfico. Nigeria, en azul, experimenta un avance espectacular mientras el resto de países acusan los efectos de la crisis entre 2008 y 2009.

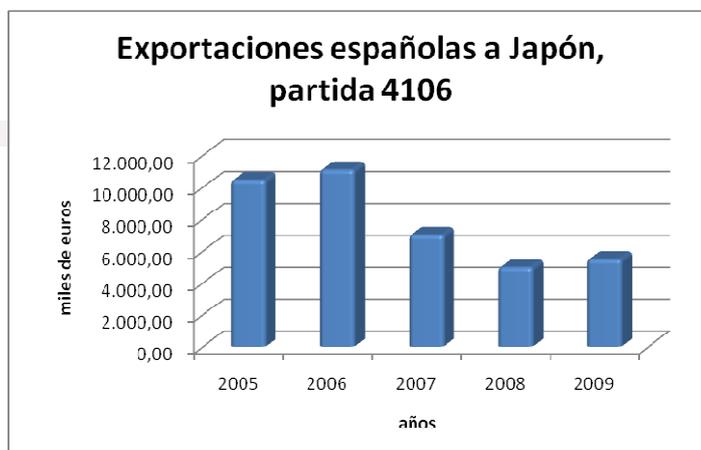
Gráfico 12: Evolución temporal de las importaciones de cueros y pieles depilados de los demás animales.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Los datos para España vienen también recogidos en el siguiente gráfico.

Gráfico 13: Evolución temporal de las exportaciones españolas de cueros y pieles depilados de los demás animales a Japón.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

4107 – Importaciones de «Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino (incluido el búfalo) o equino, depilados, incluso divididos (excepto los de la partida 4114)».

La evolución de las importaciones japonesas en esta partida muestra una onda en su fase decreciente. Con máximo en 2006, el estallido de la crisis y los consiguientes cambios en la demanda parecen estar reduciendo la demanda de cueros preparados. En los últimos siete años, 2009 representa el peor en términos de importaciones. La demanda se ha contraído en más de dos mil millones de euros (más de un 27%).

Gráfico 14: Evolución temporal de las importaciones de cueros preparados después del curtido o del secado.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

En esta partida arancelaria Italia sí mantiene el liderazgo con un más de un 31% de la cuota. Su evolución ha sido de progresivo aumento hasta 2007, para después caer alrededor de un 30% hasta valores de 2009. Le sigue Hong Kong el cual alcanzó su máximo exportador en 2007 para, posteriormente, contraerse hasta cifras inferiores a 2003.

Tabla 9: Clasificación de las importaciones de cueros preparados después del curtido o del secado por país.

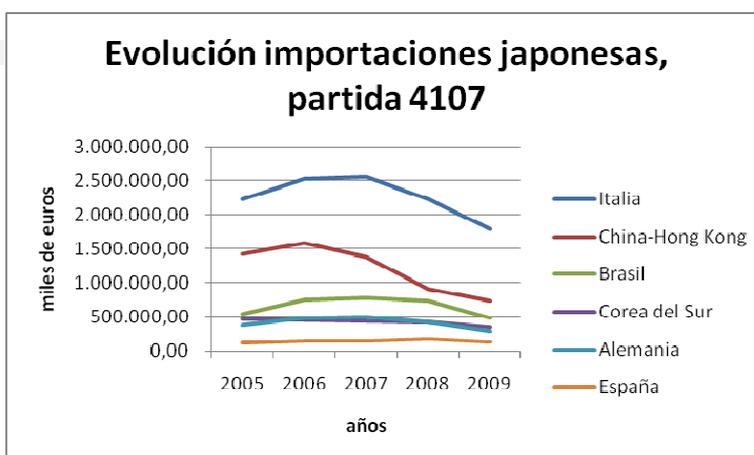
Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Italia	2.179.193,00	2.282.762,00	2.228.504,00	2.524.798,00	2.551.713,00	2.226.968,14	1.792.983,15
China-Hong Kong	1.269.167,00	1.342.844,00	1.421.609,00	1.581.903,00	1.374.609,00	905.990,00	740.428,69
Brasil	417.811,00	499.008,00	542.752,00	747.607,00	780.373,00	738.530,00	485.320,00
Corea del Sur	590.967,00	520.071,00	475.687,00	461.822,59	438.785,43	420.435,00	355.855,18
Alemania	489.383,00	433.431,00	389.638,00	489.423,00	507.168,00	433.332,00	294.255,22
España	119.266,00	114.682,00	123.708,00	148.784,00	154.427,00	178.830,00	140.565,41
Total	7.850.967,80	8.286.566,77	8.320.749,97	9.468.543,96	9.252.000,85	7.740.165,20	5.698.933,40

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Brasil, tercero en la clasificación, muestra un constante aumento de sus importaciones y sólo parece haberse visto afectado por la contracción del mercado en 2009. Al contrario, las exportaciones de Corea del Sur se han visto mermadas a casi la mitad desde 2003. Por último, Alemania parece ir a contracorriente, reduciendo sus exportaciones hasta 2006 para posteriormente crecer durante los años de la crisis financiera. No obstante, 2009 ha supuesto una recaída de su capacidad exportadora a Japón.

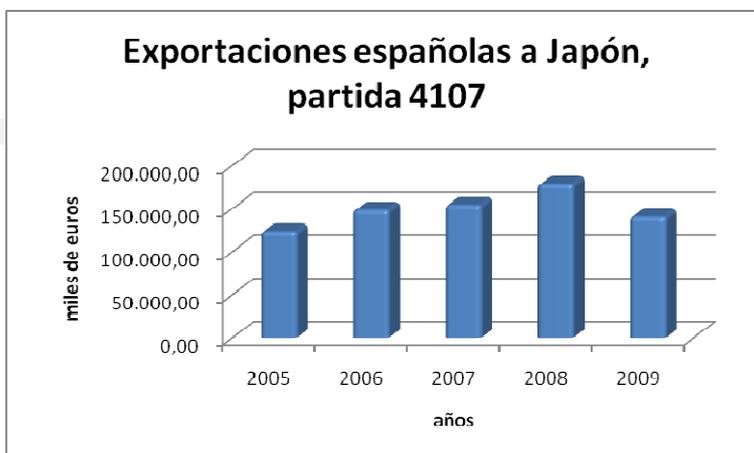
Gráfico 15: Evolución temporal de las importaciones de Cueros preparados después del curtido o del secado.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

La evolución de España se asemeja a la de Brasil. Se ha experimentado un crecimiento reducido pero constante hasta 2008. En 2009 las exportaciones a Japón se han retraído alcanzado niveles de 2006.

Gráfico 16: Evolución temporal de las exportaciones españolas de Cueros preparados después del curtido o del secado.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

4112 – Importaciones de «cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de ovino, depilados, incluso divididos (excepto los de la partida 4114)».

De nuevo, la evolución descrita por el siguiente gráfico muestra un crecimiento del valor de las importaciones japonesas hasta los prolegómenos de la crisis financiera. A partir de entonces, el desempeño se reduce a valores inferiores a 2005. Si se tiene en cuenta la evolución desde 2003, descrita en la tabla 10, la tendencia general es de claro descenso del consumo de estos productos, cifrado en un 37%.

Gráfico 17: Evolución temporal de las importaciones de cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de ovino.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

En la clasificación por países, Italia ocupa de nuevo la primera posición. El valor de sus exportaciones es muy superior al de cualquier otro país, con una cuota de casi un 30%. Sin embargo, las cifras han ido decreciendo con los años, incluso antes del estallido de la crisis. En segundo lugar se sitúa Hong Kong con un 17% de la cuota. Su evolución ha sido dispar según los años, pero se ha mantenido en unos niveles similares. India ha experimentado una considerable mejoría en sus valores de exportación a Japón llegando a doblar los de 2003. Sin embargo, no era un actor clave al inicio del lustro.

Tabla 10: Clasificación de las importaciones de cueros y pieles de ovino por país.

Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Italia	265.328,00	213.316,00	172.405,00	175.071,00	196.796,00	156.104,98	138.734,29	1
China-Hong Kong	86.022,00	87.698,00	72.628,00	69.856,00	80.160,00	72.163,00	85.517,86	2
India	17.563,68	8.555,93	22.940,68	35.399,98	48.822,38	45.361,08	46.101,19	3
Francia	38.692,00	29.955,00	33.577,00	38.625,00	40.084,00	39.107,00	37.691,90	4
Corea del Sur	131.662,00	106.762,00	59.576,00	52.107,65	51.024,13	38.089,00	30.135,47	5
España	52.108,00	59.313,00	50.596,00	52.648,00	50.188,00	42.669,00	29.545,49	6
Total	759.068,05	673.996,21	574.398,73	586.514,49	615.310,64	500.111,07	475.840,36	

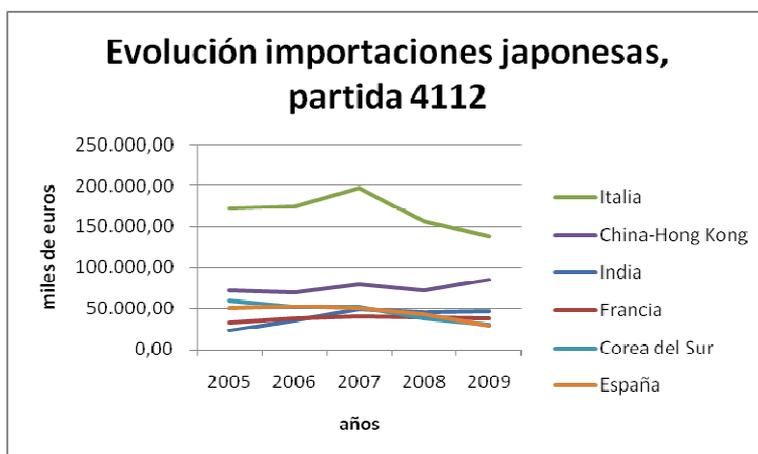
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

En cuarta posición se encuentra Francia, la cual no ha experimentado variaciones relevantes. En cambio, Corea del Sur ha sufrido un importante descenso en sus importaciones perdiendo un 77% de valor.

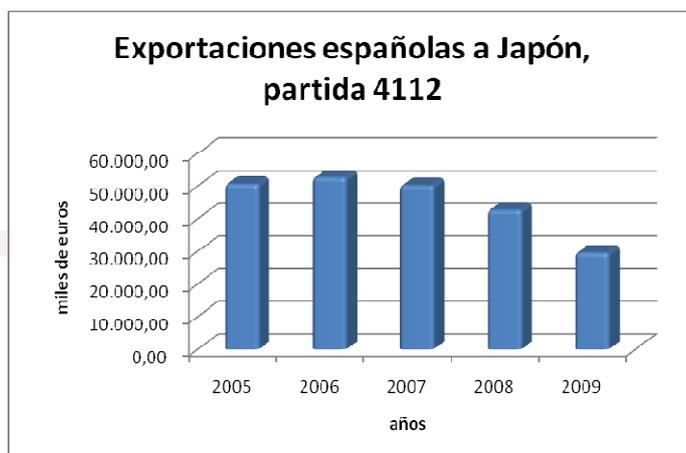
En sexta posición se encuentra España. Las exportaciones a lo largo del periodo eran considerablemente más altas que Francia, Corea del Sur e India. Sin embargo, en 2009 el valor de exportación se ha reducido a casi la mitad que el año anterior, lo que ha provocado el descenso en puestos. Esta evolución se observa claramente en el gráfico 19.

Gráfico 18: Evolución temporal de las importaciones de cueros y pieles de ovino para los principales países exportadores.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Gráfico 19: Evolución temporal de las exportaciones españolas de cueros y pieles de ovino a



Japón.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

4113 – Importaciones de «cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de los demás animales, depilados; cueros preparados después del curtido y cueros y pieles apergaminados, de animales sin pelo, incluso divididos (excepto los de la partida 4114)».

La evolución de las importaciones de esta partida parece ir a contracorriente y aumenta a pesar del periodo de crisis en 2007 y 2008. No obstante, en 2009 sufre un importante retroceso que las retrae hasta valores de 2005.

Gráfico 20: Evolución temporal de las importaciones de cueros y pieles de los demás animales.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Subdivido por países, Nigeria se sitúa en primera posición en 2009. Su evolución es muy sorprendente ya que a principio del lustro sus exportaciones eran nulas. En cuatro años ha sido capaz de alcanzar una cuota del 22%. Le sigue Italia con la mitad de valor de exportación. Tras un repunte en 2007, las exportaciones se mantienen en valores cercanos a los de 2005. India ha seguido una senda de incremento de las exportaciones, cifrada en un 14%, hasta alcanzar un 13% de la cuota.

Tabla 11: Clasificación de las importaciones de cueros y pieles de los demás animales por país.

Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Nigeria	0,00	0,00	0,00	38.731,00	93.830,00	318.397,00	225.899,87	1
Italia	120.393,00	132.508,00	145.472,00	163.347,00	212.197,00	187.423,86	146.234,66	2
India	80.964,82	50.233,73	91.443,53	114.080,62	123.577,36	167.714,23	137.296,45	3
China-Hong Kong	105.928,00	123.344,00	114.564,00	145.938,00	134.959,00	125.552,00	106.313,97	4
Pakistán	54.170,00	77.982,00	83.059,00	112.009,00	134.328,00	137.049,00	97.723,50	5
China	115.091,00	131.517,00	182.104,00	198.588,00	163.983,00	107.497,00	61.408,25	6
España	18.289,00	21.973,00	27.606,00	28.738,00	28.531,00	34.001,00	32.536,74	7
Total	824.891,46	910.440,29	1.017.896,60	1.166.511,35	1.263.813,61	1.439.051,19	1.026.786,99	

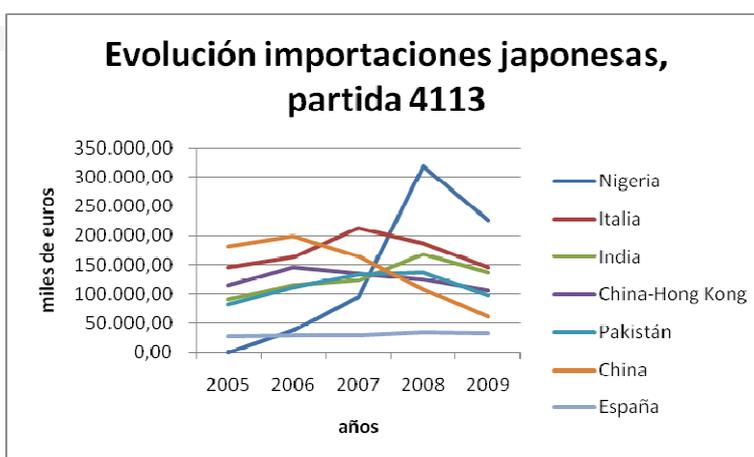
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Hong Kong mantiene su valor de exportación. Sin embargo, es superado por otros países lo que le relega a un cuarto puesto. El resto de China, en sexta posición, primeramente aumenta sus exportaciones. Pero en 2009 estas se han reducido incluso por debajo del valor de 2003. Pakistán ha aprovechado este periodo y ha aumentado de forma gradual sus exportaciones. Sin embargo, la crisis parece haber reducido el valor en 2009.

Esta evolución se observa claramente en el siguiente gráfico.

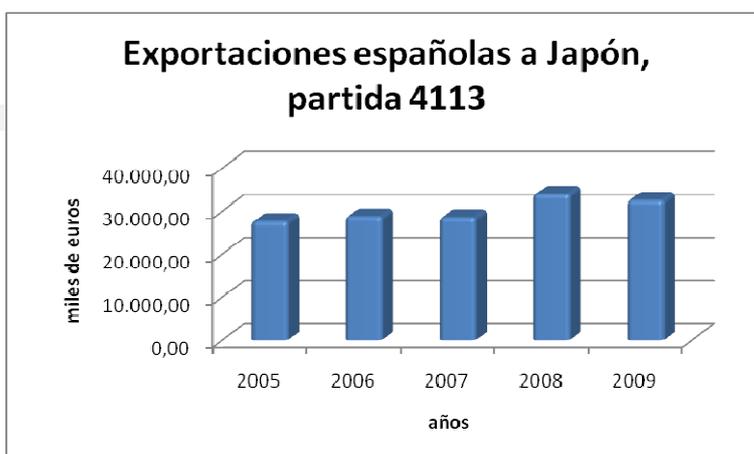
Gráfico 21: Evolución temporal de las importaciones de cueros y pieles de los demás animales para los principales países exportadores.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

España se encuentra en séptima posición, con unos valores de exportación aceptables. Además, durante el periodo analizado ha aumentado de forma gradual el valor de sus exportaciones a Japón. Sin embargo, la cuota sigue siendo reducida, un 3%.

Gráfico 22: Evolución temporal de las exportaciones españolas de cueros y pieles de los demás animales.



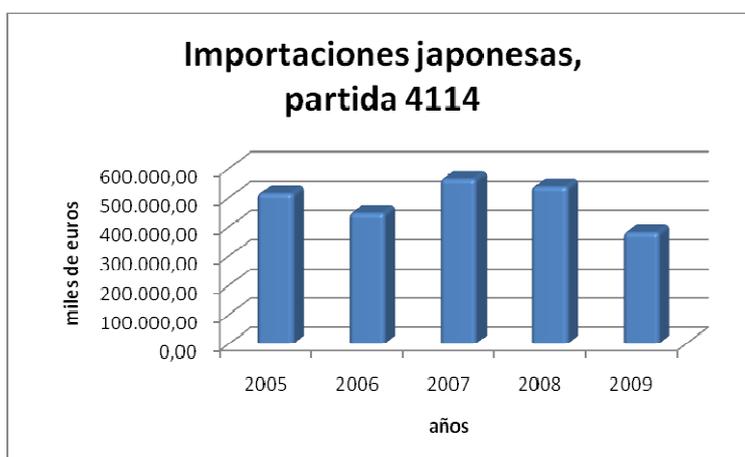
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

4114 – Importaciones de «cueros y pieles agamuzados, incluido el agamuzado combinado al aceite; cueros y pieles charolados y sus imitaciones de cueros o pieles chapados; cueros y pieles metalizados».

La evolución de las importaciones japonesas de esta partida refleja el efecto de la crisis económica en el sector. El dato curioso lo representa 2006 en el que el valor decrece para luego aumentar en 2007 por encima de la cifra de 2005. 2009 representa una caída del 33% respecto al inicio del periodo.

Gráfico 23: Evolución temporal de las importaciones de cueros y pieles agamuzados.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

En la clasificación por países, Italia lidera de nuevo las exportaciones. Tras un aumento del 50% hasta 2008, en 2009 se contraen hasta valores de 2003. No obstante, permanece como líder con un 60% de la cuota. Corea del Sur es segunda con menos de un cuarto de valor que Italia. Su progresión ha sido negativa durante todo el lustro. México ha enviado a Japón cueros y pieles agamuzados en cantidades diversas durante el lustro. No hay ningún patrón y tampoco parece hayan sido afectados por la crisis económica. Hong Kong ha evolucionado también de forma dispar pero se mantiene con un 3% de la cuota (un 3,5% en 2003).

Tabla 12: Clasificación de las importaciones de cueros y pieles agamuzados por país.

Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Italia	222.421,00	202.033,00	192.853,00	240.929,00	328.346,00	331.916,64	230.022,13	1
Corea del Sur	90.017,00	90.188,00	74.086,00	61.122,67	54.078,71	54.509,00	50.441,49	2
México	8.503,00	8.111,00	14.766,00	16.203,00	13.469,00	5.137,00	18.727,67	3
China-Hong Kong	19.878,00	19.879,00	20.982,00	15.963,00	25.086,00	24.312,00	11.566,27	4
España	25.695,00	17.338,00	11.936,00	12.390,00	12.114,00	11.595,00	11.160,14	5
Rumanía	9.985,00	11.819,00	11.796,00	9.823,00	6.701,00	4.030,00	6.524,24	6
Total	566.186,74	602.066,27	514.303,12	446.767,23	563.906,46	537.398,09	380.491,18	

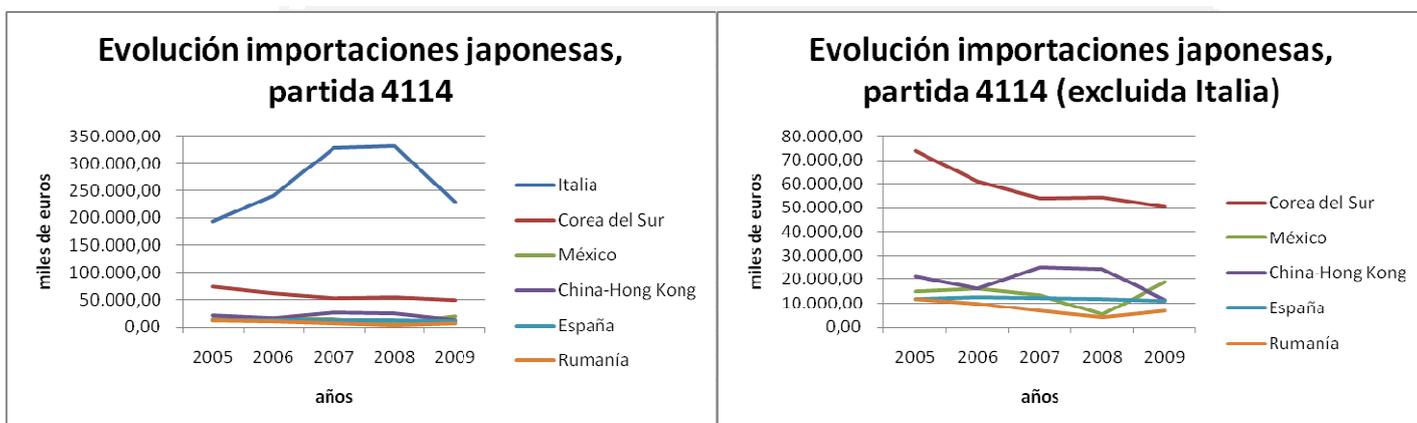
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

En quinta posición se sitúa nuestro país. Con alrededor de un 3% de la cuota, ha experimentado una evolución negativa de las exportaciones. En cómputo global éstas se han reducido en un 56% desde 2003, pero tan sólo un 6% desde 2005.

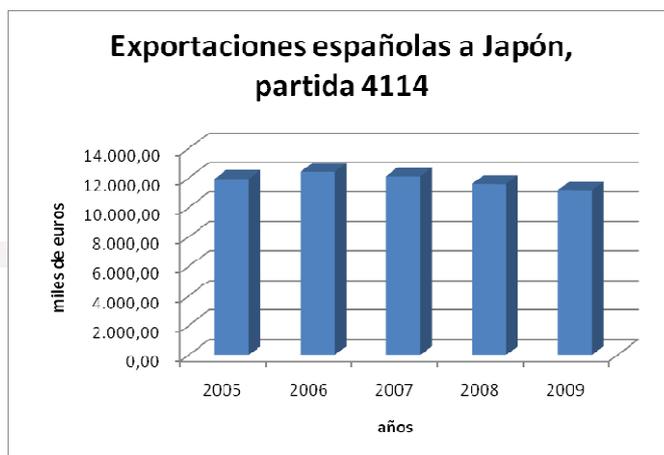
Los gráficos siguientes vienen a ilustrar la evolución seguida por todos estos países y en especial el caso de España.

Gráfico 24: Evolución temporal de las importaciones de cueros y pieles agamuzados para los principales países exportadores.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Gráfico 25: Evolución temporal de las exportaciones españolas de cueros y pieles agamuzados a Japón.



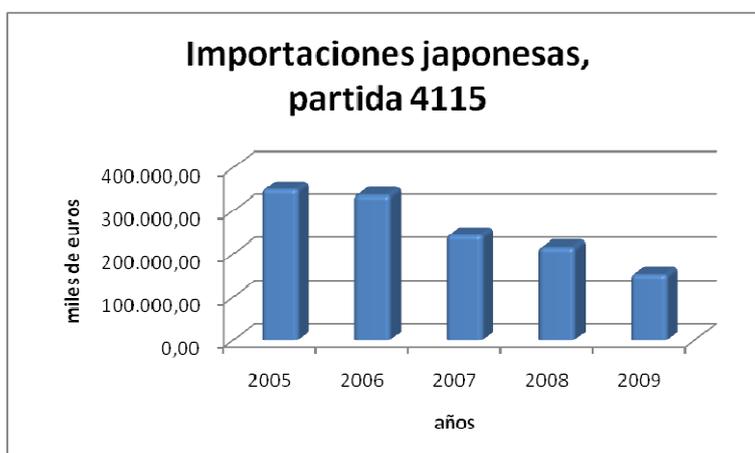
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

4115 – Importaciones de «cuero regenerado a base de cuero o de fibras de cuero, en placas, hojas o tiras, incluso enrolladas; recortes y demás desperdicios de cuero o piel, preparados, o de cuero regenerado, inutilizables para la fabricación de manufacturas de cuero; aserrín, polvo y harina de cuero».

Esta partida arancelaria es la que peor evolución presenta. Ya desde 2003, y como se puede apreciar en el gráfico desde 2005, el valor de las importaciones japonesas han decrecido considerablemente. La razón puede deberse al mayor éxito de otros tipos de pieles y a su menor coste dadas las importaciones asiáticas crecientes a menores precios. Dado su menor coste, son preferidos por el mercado, tanto de fabricantes como de consumidores finales, que deben ajustarse a unos presupuestos más austeros.

Gráfico 26: Evolución temporal de las importaciones de cuero regenerado.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Por países, Hong Kong se sitúa a la cabeza. Su evolución se asemeja al global, si bien, sus exportaciones se mantuvieron entre 2003 y 2006. Alemania ha sabido mantenerse en valor lo que ha propiciado su mayor participación en cuota en 2009.

Tabla 13. Clasificación de las importaciones de cuero regenerado por país.

Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
China-Hong Kong	53.955,00	56.964,00	56.755,00	54.216,00	58.652,00	44.234,00	35.219,72	1
Alemania	33.931,00	34.280,00	33.879,00	36.644,00	34.602,00	31.693,00	24.930,20	2
Italia	33.391,00	34.497,00	30.650,00	31.167,00	30.427,00	23.036,66	22.828,24	3
México	113.920,00	93.594,00	118.153,00	116.020,00	28.661,00	7.954,00	10.038,25	4
Estados Unidos	29.191,00	21.747,00	33.354,00	20.429,00	13.521,00	10.401,00	8.755,00	5
Corea del Sur	6.114,00	7.045,00	10.228,00	9.341,59	8.083,42	7.023,00	8.546,17	6
España	8.461,00	10.202,00	10.350,00	10.772,00	11.250,00	8.716,00	7.664,95	7
Total	330.667,28	308.120,43	349.711,03	336.326,69	243.139,35	215.181,94	152.593,03	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Italia ha experimentado una evolución similar a Alemania y ambas poseen una cuota muy similar. En cuarto lugar está México. En 2003 líder indiscutible en las exportaciones a Japón en esta partida, ha experimentado un fuerte decremento en 2007 que se ha mantenido en los

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

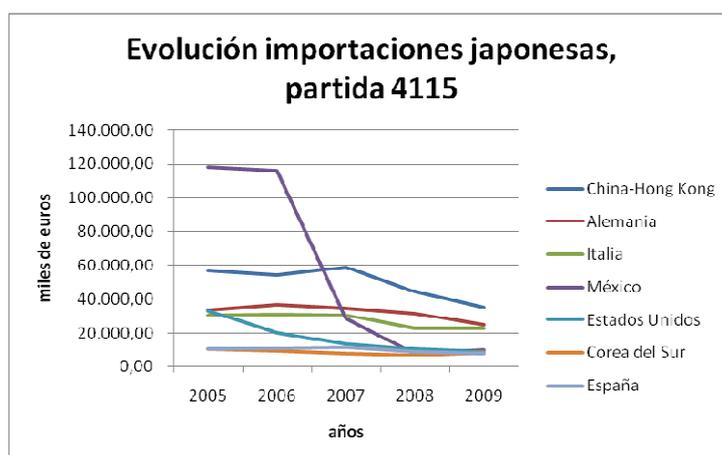
dos años posteriores. La razón puede ser, de nuevo, la crisis económica. No obstante, el tratado de libre comercio entre Japón y México debería facilitar las transacciones entre los dos países, lo que puede sugerir que exista otra razón de fondo para dicho descenso en las exportaciones de México.

Estado Unidos también acusa los efectos de la crisis y de la caída del consumo en Japón con una reducción de sus exportaciones del 17%. Caso distinto es el de Corea del Sur, país que ha sabido mantener sus exportaciones entre los ocho y los diez millones de euros, aunque también experimenta los efectos de la recesión.

En séptimo lugar vuelve a posicionarse España. La evolución podría calificarse de satisfactoria ya que las exportaciones aumentaron hasta 2007, aunque ligeramente. Sin embargo, al igual que otros países, estas han decrecido en los dos últimos años.

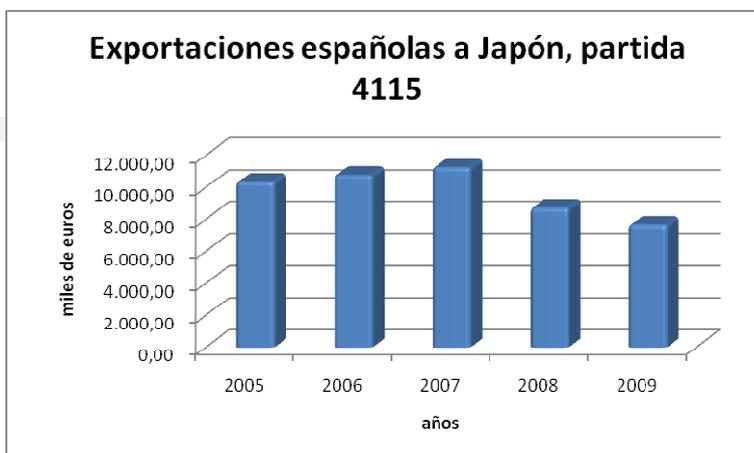
Los siguientes gráficos muestran la situación anteriormente descrita.

Gráfico 27: Evolución temporal de las importaciones de cuero regenerado para los principales países exportadores.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

Gráfico 28: Evolución temporal de las exportaciones españolas de cuero regenerado a Japón.



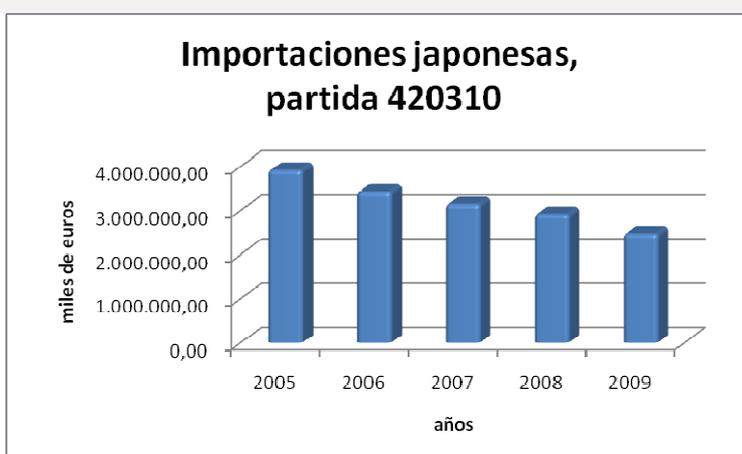
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

420310 – Importaciones de «prendas de vestir de cuero natural o de cuero artificial o regenerado».

Esta partida arancelaria muestra una evolución similar a la 4115. Durante el lustro analizado la tendencia ha sido negativa en el valor de importaciones globales. El decremento está cifrado en un 63% entre 2005 y 2009. Es un valor llamativo que, en cierto modo, refleja las tendencias de consumo actuales. Un porcentaje importante de la población no dispone de capacidad económica para realizar el mismo gasto que unos años antes.

Gráfico 29: Evolución temporal de las importaciones de cuero natural o de cuero artificial o regenerado.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

En la clasificación por países China continental se posiciona como primer exportador a Japón en todos los años analizados. Su preeminencia no le ha evitado acortar distancia con los inmediatamente inferiores. Entre 2003 y 2005 perdió un 11%. Pero la caída más llamativa es entre 2005 y 2009, cifrada en casi un 70%. Parte de este descenso se debe al cese o reducción de las operaciones de empresas japonesas relocalizadas en China. Italia ocupa la segunda posición con un 12,4% de cuota en 2009. Durante el periodo ha aumentado el porcentaje de sus exportaciones desde un 8% en 2005 pero sin aumentar su valor, que se ha mantenido relativamente estable.

Tabla 14: Clasificación de las importaciones de cuero natural o de cuero artificial o regenerado por país.

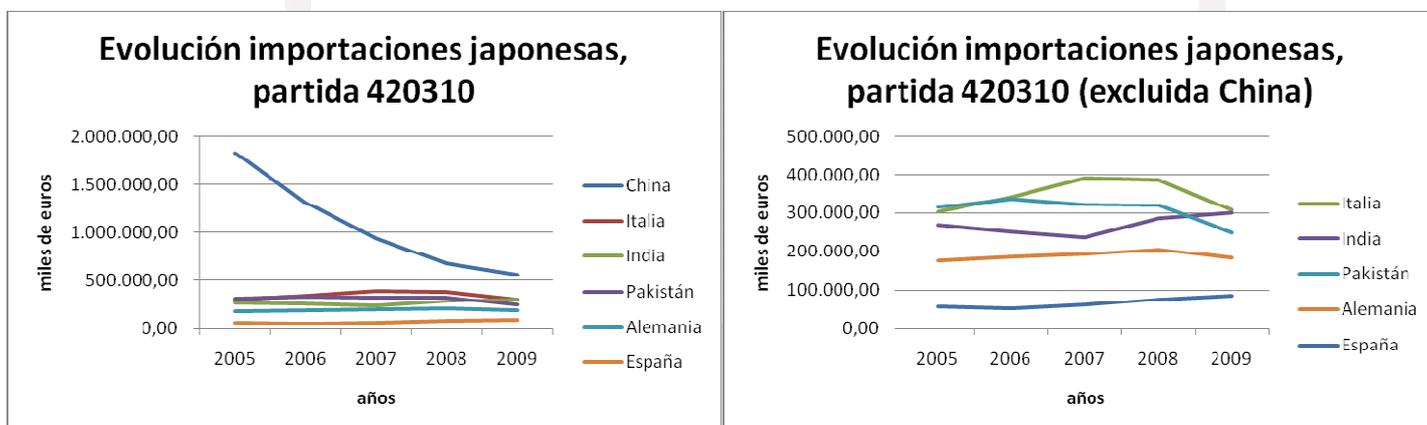
Miles de €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
China	2.070.683,00	1.853.021,00	1.829.105,00	1.309.096,00	942.733,00	674.857,00	559.779,99	1
Italia	346.797,00	317.783,00	304.127,00	342.281,00	391.200,00	387.036,15	309.123,43	2
India	255.312,77	263.657,84	268.609,22	253.018,97	237.529,61	285.398,33	301.754,06	3
Pakistán	237.867,00	235.778,00	314.681,00	336.836,00	321.863,00	320.913,00	250.060,61	4
Alemania	193.114,00	163.893,00	175.743,00	185.512,00	194.477,00	206.242,00	182.993,75	5
España	63.963,00	55.129,00	57.476,00	50.778,00	61.348,00	74.935,00	84.803,70	10
Total	4.236.824,02	3.848.614,09	3.920.454,43	3.429.334,99	3.145.551,18	2.917.222,45	2.479.602,42	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

A continuación está India, la cual ha aumentado el valor de exportación en el periodo situándose en valores cercanos a los de Italia. Tras un declive inicial, la evolución y perspectivas desde 2008 son de aumento de las exportaciones. Además, es un país que ofrece un producto que se adapta a la demanda en Japón en el segmento básico. También reseñar que existe producción (a veces con capital nipón) en base a diseño japonés que retorna al país en forma de confección terminada. Pakistán, tras un aumento de las exportaciones entre 2005 y 2008, en 2009 ha retornado a valores de 2003 y 2004 con una cuota de mercado del 7%. Le sigue Alemania, la cual ha mantenido sus exportaciones en valor, aunque acusa ligeramente los efectos de la crisis en 2009.

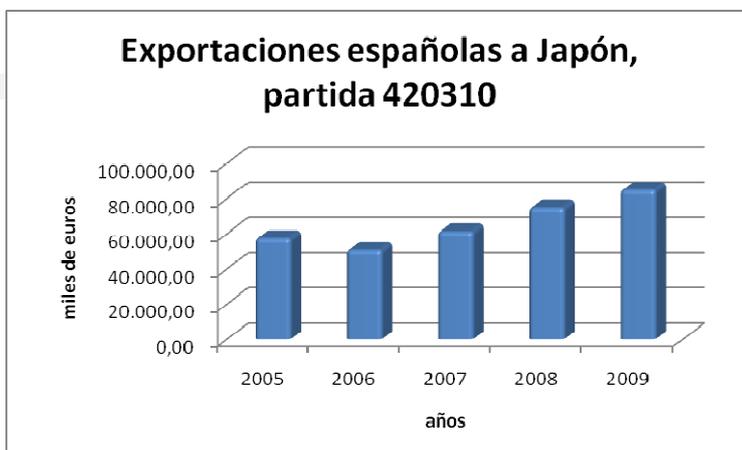
Gráfico 30: Evolución temporal de las importaciones de cuero natural o de cuero artificial o regenerado para los principales países exportadores.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

España parece haber sabido aprovechar la coyuntura y copar parte de la reducción de exportaciones chinas. La evolución desde 2006 ha sido creciente, superando ya en 2007 los valores de 2005. Si bien, aún queda camino por recorrer y aumentar la cuota del 3,4% actual.

Gráfico 31: Evolución temporal de las exportaciones españolas de cuero natural o de cuero artificial o regenerado a Japón.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de United Nations Commodity Trade Statistics.

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En este apartado se pretende profundizar en el conocimiento sobre los consumidores japoneses. Un primer apartado analiza la evolución de la distribución de la renta disponible. Se trata de conocer en qué sectores gasta más la población japonesa y que se puede esperar en un futuro.

Un segundo apartado tratará el comportamiento del consumidor. Se pretende explicar los gustos de la población japonesa en confección textil, las posibles adaptaciones así como otras diferencias o particularidades del mercado nipón.

1. TENDENCIAS EN LA DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA DISPONIBLE

La siguiente tabla muestra la evolución que ha sufrido el gasto doméstico entre 2004 y 2009. Se observa que se dedica un 5,25% menos del salario a consumo, muy en la tendencia señalada por algunos expertos de la mayor propensión al ahorro que está experimentando la población nipona.

Tabla 15: Evolución porcentual del consumo doméstico en Japón 2004-2009

	Variación 04-09
Alimentación	-3,79%
Alojamiento	-10,75%
Gastos corrientes	2,75%
Mobiliario	1,77%
Vestimenta y calzado	-12,27%
Cuidados médicos	4,29%
Transporte y comunicación	-3,98%
Educación	-5,48%
Cultura y recreo	-0,89%
Otros gastos	-10,85%
TOTAL	-5,25%

Fuente: Ministry of Internal Affairs and Communications, Statistics Bureau.

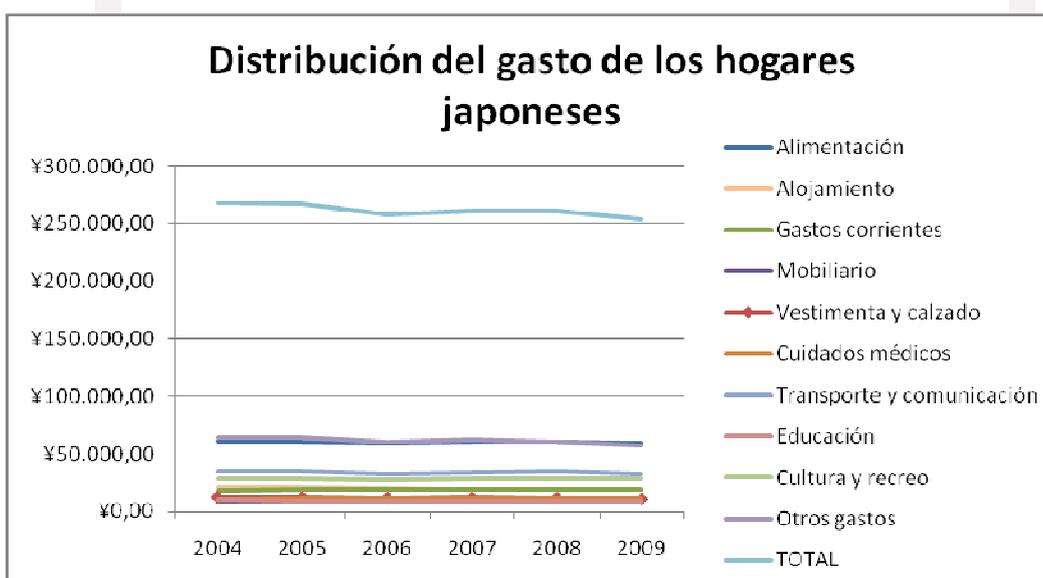
EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

El gasto en confección se encuentra englobado en la partida “vestimenta y calzado”. Por tanto, es difícil conocer la evolución de forma aislada. No obstante, la tendencia es a un menor gasto, dada la coyuntura de crisis internacional que se suma a la vivida por Japón con anterioridad. No es de extrañar que, en consecuencia, el gasto en confección se vea también reducido. Se podría estimar que rondaría el decrecimiento de «vestimenta y calzado», un 12,27% negativo.

Independientemente de la coyuntura, el mercado japonés es un mercado eminentemente consumista además de muy marquista. Las grandes empresas europeas y americanas de moda son las que están copando el mercado. Son sus tiendas las que ocupan los mejores establecimientos por todo el país. Varias cuentan también con espacios en grandes almacenes. La evolución actual ofrece dos tendencias diferenciadas: los consumidores que siguen adquiriendo productos de marca y los que se decantan por una oferta de calidad-precio. La primera sigue la tendencia de años pasados. Individuos con poder adquisitivo alto y medio-alto que confían en las marcas, principalmente europeas. Por otro lado, abanderado por la población más joven, están las cadenas de tiendas que ofrecen productos de calidad media a precios más asequibles. Ejemplos de estos son las renombradas Zara, H&M, Uniqlo...

Los gráficos siguientes muestran la evolución del gasto familiar en cada una de las divisiones reseñadas anteriormente. Se observa que el agregado tiene tendencia negativa. Que se reproduce de manera similar en «vestimenta y calzado». Las familias japonesas han pasado de gastar mensualmente 11.236¥ a 10,572¥.

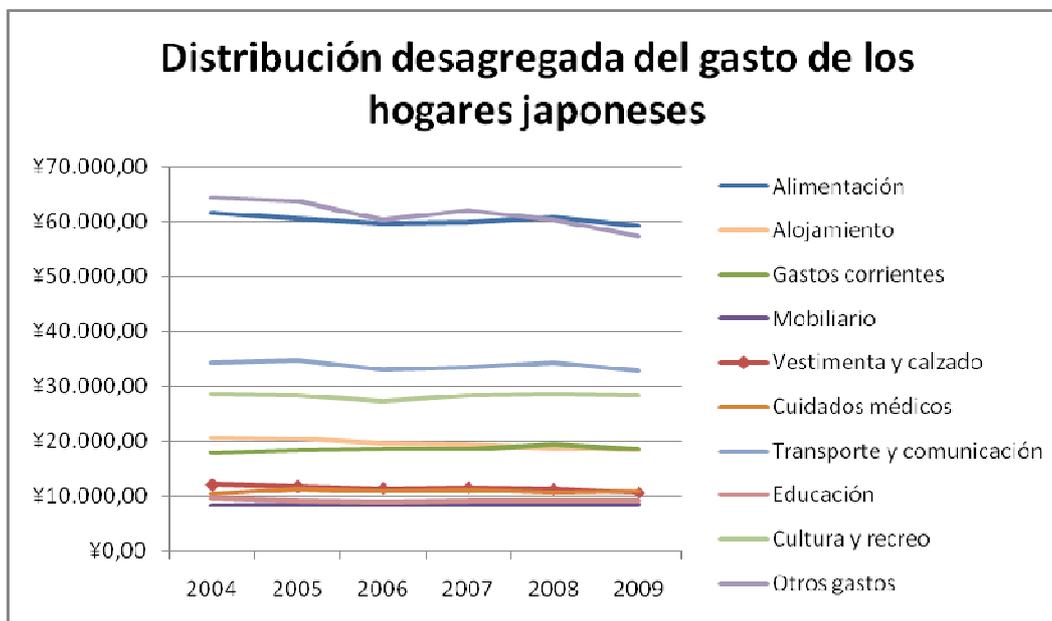
Gráfico 32: Evolución del consumo doméstico en Japón 2004-2009



Fuente: Ministry of Internal Affairs and Communications, Statistics Bureau.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Gráfico 33 Evolución del consumo doméstico en Japón 2004-2009 desagregado



Fuente: Ministry of Internal Affairs and Communications, Statistics Bureau.

Tabla 16: Distribución mensual del gasto de los hogares japoneses de 2004 a 2009.

	2009		2008	2007	2006	2005	2004
	valor	porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Alimentación	¥59.258,00	23,36%	23,20%	22,90%	23,10%	22,70%	23,00%
Alojamiento	¥18.402,00	7,25%	7,20%	7,40%	7,60%	7,70%	7,70%
Gastos corrientes	¥18.435,00	7,27%	7,40%	7,10%	7,20%	6,90%	6,70%
Mobiliario	¥8.448,00	3,33%	3,20%	3,20%	3,20%	3,20%	3,10%
Vestimenta y calzado	¥10.572,00	4,17%	4,30%	4,40%	4,40%	4,40%	4,50%
Cuidados médicos	¥10.891,00	4,29%	4,10%	4,20%	4,20%	4,20%	3,90%
Transporte y comunicación	¥32.910,00	12,97%	13,10%	12,80%	12,80%	13,00%	12,80%
Educación	¥9.112,00	3,59%	3,50%	3,50%	3,50%	3,40%	3,60%
Cultura y recreo	¥28.396,00	11,19%	10,90%	10,80%	10,60%	10,60%	10,70%
Otros gastos	¥57.296,00	22,58%	23,10%	23,70%	23,40%	23,90%	24,00%
TOTAL	¥253.720,00	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Ministry of Internal Affairs and Communications, Statistics Bureau.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Como cualquier producto del sector moda, la confección en piel está muy ligada a las tendencias imperantes. El constante cambio que demanda la población japonesa en cuanto a estilo, junto a la situación económica negativa, están configurando un clima de consumo no excesivamente atractivo. Adicionalmente, es difícil describir un perfil único de consumidor, ya que la población japonesa está evolucionando para adaptarse a la nueva situación. Durante los años de la burbuja económica era sencillo describir al comprador de moda: sofisticado, preocupado por las marcas y el diseño, poca importancia del precio y gran consumista. Contrariamente, hoy en día sólo pueden indicarse ciertos aspectos que pueden indicar la demanda del futuro. Estos son:

Polarización del consumo.

Se observa que existen dos movimientos claros en la tendencia de consumo: uno en la línea de la burbuja económica y otro definido como «yasukawa».

El primero tiene el diseño, la calidad y las tendencias como prioridades a la hora de consumir moda. Suele ir ligado a un consumo de lujo. Su preocupación por el precio es menor ya que se centran en crear una imagen sofisticada. Son conscientes de sus gustos y necesidades y son exigentes con los productos. Generalmente pertenecen a las clases alta y media-alta, aunque también puede incluir a toda la clase media pero con menores tasas de consumo. El factor edad no es tan importante, aunque no es una tendencia predominante entre los jóvenes. Muchos de ellos pertenecen a la denominada generación de la burbuja económica aunque también hay que incluir a un segmento de la población menor de 40 años. Productos para este segmento suelen venderse en grandes almacenes, tiendas propias de marcas internacionales y establecimientos multimarca de prestigio.

La segunda se refiere a lo que se denominaría en España «bonito y barato». La actual situación de crisis económica ha acentuado las consecuencias de la contracción que estaba viviendo el país durante la década pasada. Algunos segmentos poblacionales, sobre todo los jóvenes, han visto reducidos sus presupuestos. Esto les obliga a reducir el gasto medio por prenda ya que pocos están dispuestos a renunciar a las nuevas tendencias. En esta línea, se han popularizado cadenas como Zara, H&M, Uniqlo, Forever 21... y han recaído otras que confían en el valor de marca de precio alto. En estos establecimientos adquieren tanto prendas de cuero natural como sintético. Estas últimas se están imponiendo en el mercado dado su menor coste ya que no incorporan los altos aranceles de los productos fabricados en piel. Por lo general, este segmento es menos propenso a adquirir productos confeccionados en piel dado su mayor coste.

Variable precio

Con la crisis de 2008 el gasto en moda de la población nipona se ha reducido. Es por ello que la población demanda vestimenta más asequible pero manteniendo unos estándares de calidad mínimos. Este hecho es claramente observable en el éxito alcanzado por marcas como Zara, H&M, Uniqlo, Coen (United Arrows), Forever 21, que basan su negocio en una gran rotación de las prendas. La implantación de unas tendencias de moda informal y, en

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

ciertos aspectos, unisex a nivel mundial y en especial en Japón; ha favorecido la aceptación de la moda ofrecida por estas cadenas en el segmento de confección lo que se ha trasladado al resto de sectores de moda.

Tendencias en estilo

No se ha dado una gran variación de la demanda en confección en piel. Sin embargo, la constitución física de los japoneses, unida a las más suaves temperaturas experimentadas recientemente, ha favorecido una demanda de productos de confección en piel ligeros y finos. Además, tal y como indican importadores y empresas extranjeras que operan en Japón, los compradores son más cautos. Tanto los minoristas como el consumidor final han reducido su gasto en estos productos. Adicionalmente, el clima de austeridad parece haberse transmitido también a la vestimenta. Se demandan prendas menos llamativas pero que aún conserven ciertos guiños de originalidad.

La población japonesa tiende a escoger prendas que requieran un tratamiento menor al lavarlas, ya que permite no tener que llevarlo a la tintorería con su consiguiente ahorro.

Respecto a la demanda de cueros y pieles, esta proviene de empresas japonesas de calzado de piel, bolsos, carteras y guantes de piel y de curtidores. Este segmento está en claro declive a pesar del proteccionismo del gobierno. Además, La mano de obra japonesa, a pesar de cumplir los estándares mundiales, es muy cara. Este hecho, unido a los precios competitivos de los productos de terceros países, incluidos los españoles, está favoreciendo la desaparición de aquellos.

Derivación del consumo de moda hacia tecnología y ocio

Por último, reseñar que una parte de la población joven dedica una parte creciente de su presupuesto a tecnología y ocio antes que a moda. Esto se configura como una variación de los gustos del consumidor a largo plazo.

IV ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

La estructura de precios en Japón varía en función del canal de distribución y los servicios ofrecidos por el importador o mayorista. Sin tener en cuenta estas particularidades se podría afirmar que el transporte aumenta el precio FOB en un 15%. Adicionalmente se ha de añadir el arancel y la comisión el 10% de la comercializadora (trading company).

1. TARIFAS ARANCELARIAS

Las tarifas arancelarias vienen recogidas en el siguiente cuadro. Se indican los porcentajes generales de cada una de las partidas analizadas en esta nota sectorial, de acuerdo a la normativa japonesa de importación a abril de 2010 (última revisión de las aduanas japonesas).

Tabla 17: Tarifas arancelarias a Japón a octubre de 2010.

Partida arancelaria	Tarifa OMC	Tarifa general
4104	12% - 30%	0% - 60%
4105	16% - 30%	0% - 60%
4106	6% - 30%	0% - 60%
4107	6% - 30%	15% - 60%
4112	0% - 30%	0% - 60%
4113	0% - 30%	0% - 60%
4114	20% - 28%	25% - 35%
4115	3% - 6%	10% - 15%
420310	10% - 16%	12,5% - 40%

Fuente: Japan Customs, a través de su página web www.customs.go.jp.

Para más información acudir a los datos publicados por la Unión Europea en la «Market Access Database» ([http:// madb.europa.eu](http://madb.europa.eu)) en la sección «Applied Tariffs Database) o la página oficial en inglés de las aduanas japonesas (www.customs.go.jp).

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Por otro lado, hay que indicar la existencia de unas cuotas para la importación de productos de piel, no aplicables a la confección ya terminada.

Tabla 18: Cuotas permitidas para productos en piel no terminados.

Producto	Cuota
Cuero teñido de equino y bovino	1.466.000 m ²
Otros cueros de equino y bovino	214.000 m ²
Cuero teñido de ovino	1.070.000 m ²
Calzado de cuero	12.019.000 pares

Fuente: Custom Tariff Schedules of Japan 2009, Japan Tariff Association.

2. IMPUESTO SOBRE VENTAS

Cualquier producto comercializado en Japón está sujeto al denominado **impuesto sobre las ventas**. Equivale a un **5% del valor CIF** y es de aplicación tanto para cualquier tipo de producto importado como para la producción nacional. El mayorista es el encargado de su cómputo y repercusión al minorista, que a su vez lo trasladará al precio final para el consumidor.

Este precio en tienda, para los productos importados, suele ser tres veces superior al FOB o CIF dados los múltiples intermediarios y los aranceles.

La estructura de precios en Japón varía en función del tipo de canal de distribución que se utilice y los servicios que el importador o el mayorista pueda proveer. Sirvan de ejemplo el inventariado, empaquetado, mercadotecnia, aceptación de la mercancía sin vender/devuelta, etc.

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La industria de la piel española tiene el reconocimiento del mercado nipón. La tradición productora y la calidad de la materia prima son los atributos que más valora el mercado en los productos provenientes de nuestro país. España es también conocida por ser la proveedora de materia prima de varias marcas de lujo. *Loewe* es también muy conocida y respetada en Japón, lo que alienta esa imagen.

Entrando en los subsectores, España es reconocida por la piel de ovino de doble faz. Este reconocimiento está basado en la calidad de la piel de la oveja merina española y en el know-how del proceso. La industria española dispone de un soporte tecnológico puntero en el que se basa el éxito de algunas especialidades, como el subsector de la piel ovina con lana, doble faz. Además, La Confederación Española de Curtidores la industria del curtido destaca el reconocimiento internacional a la calidad de las pieles de cordero merino español, entrefino y de cabra.

1. POSICIONAMIENTO DE ESPAÑA Y SUS COMPETIDORES

El posicionamiento de los productos españoles es alto. Su calidad y experiencia son reconocidas por el público japonés, a diferencia de otros sectores. Sin embargo, dada la variabilidad del mercado, conviene estar muy atento a los nuevos competidores y su posicionamiento. Países como China y Corea son altamente competitivos por su cercanía con Japón, su mano de obra barata y la no dependencia de una moneda fuerte. La reciente apreciación del euro respecto al yen está perjudicando seriamente a las exportaciones japonesas. En las líneas más caras es donde más se acusa esta contracción de la demanda. Además, es destacable que, año tras año, los productos asiáticos están ganando en calidad. Su posicionamiento es aún inferior al español, pero dadas las nuevas tendencias de consumo pueden acaparar un porcentaje importante del mercado.

Nuestros socios comunitarios, principalmente Italia, y en menor medida Francia, gozan de un mejor posicionamiento. La primera posee una industria con un excelente trabajo y diseño. La mayor parte de sus exportaciones son productos de prestigiosas marcas. Además, Italia cuenta con una gran imagen país en el mundo de la moda que respalda todos sus productos. Este hecho contrarresta la menor innovación de sus productos a ojos del público japonés.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

En cuanto a la competencia de países del segmento bajo, las empresas españolas han de dirigirse a otros nichos de mercado. Además, pueden seguir vendiendo a empresas o tiendas que adquieran productos de menor calidad, ya que éstas, para elevar la calidad de su oferta, necesitan de productos europeos, entre ellos los españoles.

Para contrarrestar la competencia europea y asiática, la mayoría de productores españoles opta por diseño, calidad, marca y servicio. Ofrecen prendas con valor añadido, con innovaciones en diseño, color, textura, acabados y con cuidados detalles. Además, suelen aprovechar la imagen de Europa para diferenciarse de terceros países. Por otro lado, una depurada técnica y unos costes de producción inferiores (tanto de mano de obra como de materia prima) generan una excelente relación calidad-precio para las importaciones españolas, algo muy valorado por el consumidor nipón en estos tiempos de austeridad económica. España, con un producto que aúna tradición, calidad y diseño y una persistente comunicación de marca, está alcanzando un mayor reconocimiento en el país.

2. ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO

El ciclo de vida de los productos de confección en Japón es muy breve. Los fabricantes extranjeros suelen quejarse de que los consumidores japoneses exigen una misma clase de producto de manera rápida, inesperada y unánime. Una vez esa tendencia deja de estar de moda, las ventas se reducen drásticamente o llegan incluso a ser cero. Dadas las características del mercado, es, también, muy difícil prever las tendencias. Los clientes exigen nuevos productos constantemente. Si un producto extranjero triunfa en Japón, el éxito será rotundo y exigirá del fabricante una adaptación rápida a una demanda inesperada y de gran volumen. Más tarde, se corre el peligro de que el mercado se vea saturado de los mismos artículos y que la marca parezca obsoleta mucho antes de lo que se esperaba.

Las diferencias entre la población japonesa y la española son cada vez menores en cuanto a constitución física. Por lo general, muchas marcas no realizan adaptación alguna de sus productos. No obstante, las empresas han de estar preparadas para pedidos de tallas menores. A pesar de utilizar el sistema métrico, las etiquetas indican tallas distintas a las empleadas en Europa o EE.UU. Sin embargo, dada la creciente occidentalización del país, la mayor parte de la población tiene conocimiento del sistema de etiquetado y talla de nuestro continente.

Por si resultara de interés para el empresario español, se incluyen unas tablas con el sistema de tallas en Japón. Para más información se recomienda consultar con el METI (Ministerio de Economía, Comercio e Industria, en sus siglas en inglés) o JETRO (Japan External Trade Organisation) que cuenta con oficinas en Madrid.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Tabla 19: Medidas corporales masculinas en Japón.

Talla estándar	S	M	L	XL
Talla japonesa	M	L-O	X-O	LL
Pecho (cm)	91.5	99	109	119
Cintura (cm)	76	81	89	96.5
Cuello (cm)	35.75	38	40.5	43
Interior pierna (cm)	79	81	86	91.5

Fuente: JETRO

Tabla 20: Medidas corporales femeninas en Japón.

Talla estándar	S	M	L	XL
Talla japonesa	M	L-O	X-O	LL
Pecho (cm)	84	89	96.5	104
Cintura (cm)	63.5	68.5	76	84
Caderas (cm)	91.5	96.5	104	112
Interior pierna (cm)	73.5	76	79	81

Fuente: JETRO

Tabla 21: Equivalencia de tallas masculinas.

Japón	S		M		L		LL
EEUU	44/46		48/50		52/54		56/58
Francia	38	40	42	44	46	48	50 52
España	34	36	38	40	42	44	46
Holanda / Bélgica	36		38		40		42 44 46

Fuente: JETRO

Tabla 22: Equivalencia de tallas femeninas.

Japón	S	M	L	LL	XL
EEUU	-	4	6	8	10 12
Gran Bretaña	8	10	12	14	16
España / Francia	36	38	40	42	44
Italia / Portugal / Grecia	38	40	42	44	46
Alemania / Holanda	34	36	38	40	42

Fuente: JETRO

VI. DISTRIBUCIÓN

1. ESTRATEGIAS DE CANAL

Esta nota sectorial, como se indicó al principio, analiza tanto bienes terminados como semi-manufacturados. Dadas las características intrínsecas de cada uno, el canal de distribución y consumidor final varían.

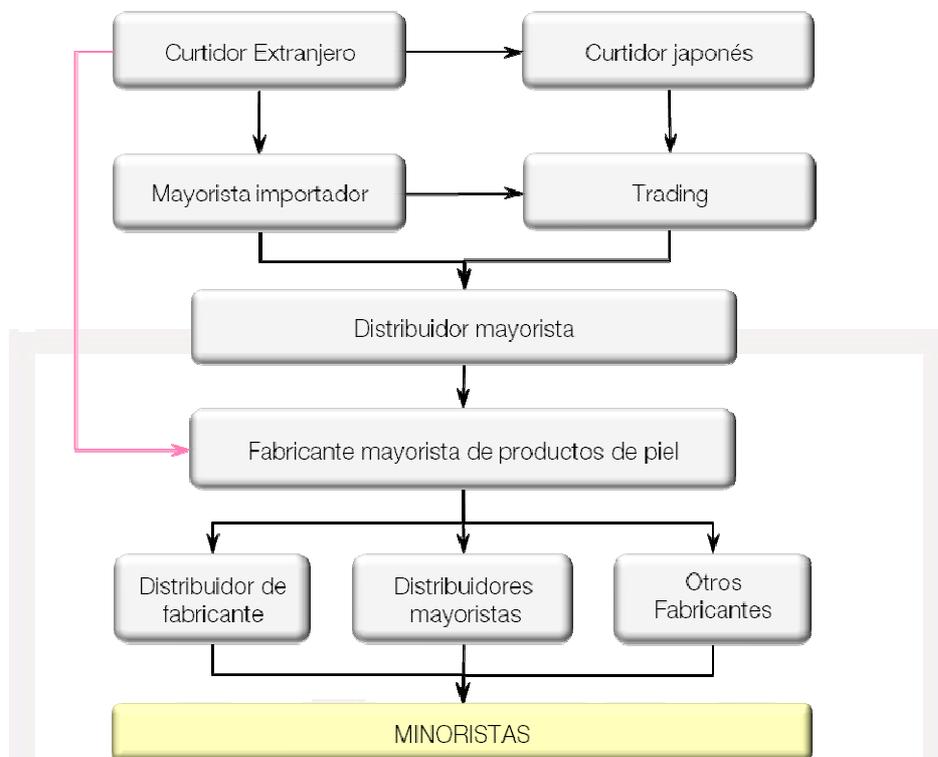
En primer lugar tenemos las **pieles curtidas**. Hasta hace unos años era habitual distribuir a través de importadores especializados y en algunas ocasiones directamente a los fabricantes de curtidos. Actualmente se está observando un proceso de acortamiento de los canales de distribución en todos los sectores en Japón. Este hecho permite ganar en eficiencia y optimizar costes en un país con muchos intermediarios. La tendencia es a que los curtidores importen la piel curtida sin acabado, para someterla a otro proceso de curtido y acabado final en sus talleres. Posteriormente proveen a los fabricantes japoneses de productos en piel.

Por su parte, estos últimos, principalmente los productores de calzado, están dirigiéndose a los curtidores extranjeros en busca de materias primas. En función de la cuota otorgada importan la piel preparada. De este modo evitan los costes de intermediarios y pueden aumentar sus márgenes comerciales.

La siguiente ilustración ofrece un ejemplo de las posibilidades de distribución de las pieles curtidas. Destacar las figuras del mayorista importador y de la empresa de *trading*, las cuales operan bajo pedido y para productos especiales con menor salida en el mercado. La mayoría dispone de acuerdos con tenerías en los países de origen. De este modo se produce una integración vertical en la cadena de distribución que agiliza los procesos y tiempos y reduce costes.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Ilustración 1: Estructura del canal de distribución de piel curtida en Japón.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de JETRO

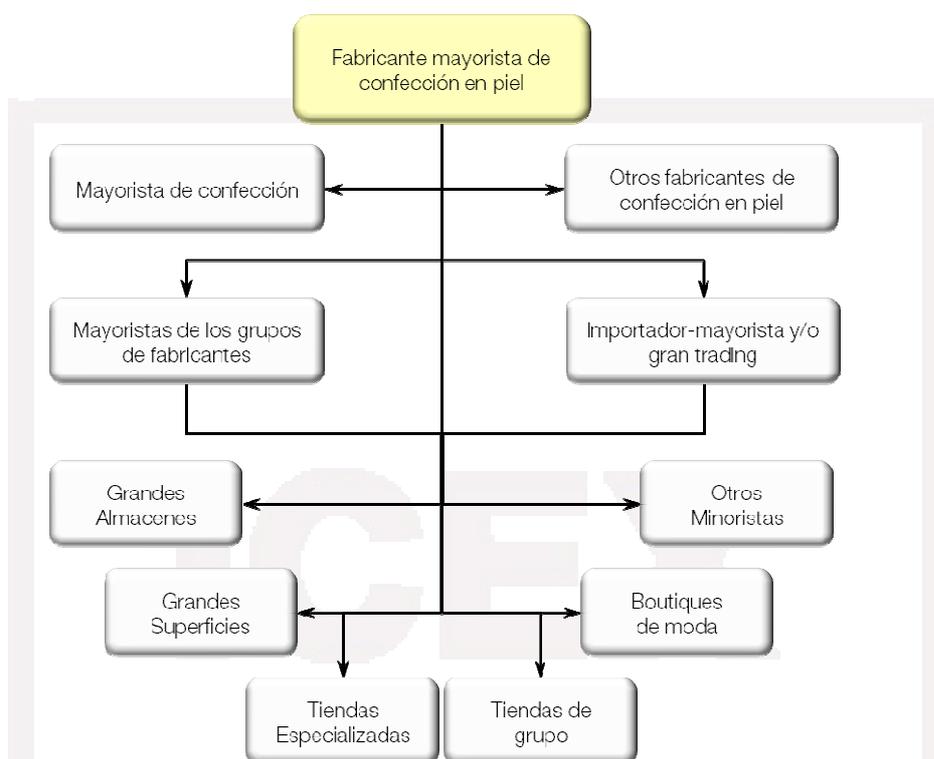
En cuanto a la confección en piel, la distribución es algo más sencilla. En unos pocos años, estos han pasado de ser un producto considerado exclusivo y comercializarse únicamente en tiendas especializadas, a popularizarse su compra. Fruto de este cambio en la tendencia del consumidor, los centros de venta de estos productos también se han extendido. Actualmente es común encontrar productos de confección en piel en casi todo tipo de tiendas minoristas, tanto grandes almacenes, como hipermercados y tiendas de confección textil. Obviamente, las calidades y precios varían considerablemente de un establecimiento a otro. En esta línea hay que destacar los artículos provenientes de China, India y países del entorno. Su calidad y precio son aún inferiores a las de las manufacturas europeas. No obstante, cuentan con su nicho de mercado, un cliente de poder adquisitivo medio-bajo y bajo.

El método más común de distribución en Japón es a través de mayoristas, que venden a minoristas, y estos, a su vez, al consumidor final. Tradicionalmente se utilizaba el sistema de trade companies, (shosha) que actuaban como intermediarios. Esto encarecía mucho el producto y cada vez más empresas negocian directamente con los fabricantes. Es muy importante controlar el posicionamiento que se desea en Japón, ya que de ello dependerá la imagen de la empresa y su desempeño. El mercado nipón es marquista y es difícil de variar su concepción de una empresa o marca.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

La siguiente ilustración muestra las diversas posibilidades de comercialización minorista existente en el mercado japonés. Actualmente hay una mayor flexibilidad y cercanía al cliente final.

Ilustración 2: Estructura del canal de distribución de confección en piel en Japón.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de «Census of Manufacturers» y Hikaku Kogyo Shimbun.

La selección del canal y el plan de mercadotecnia deben tenerse muy en cuenta desde el principio para lograr un correcto posicionamiento de la marca y el producto. Esto favorecerá la aceptación por parte de los consumidores y el producto será accesible para el segmento adecuado y con las características apropiadas. La razón estriba en que los compradores japoneses asocian una marca al primer canal de distribución con el que se opera, de manera que posteriormente resulta difícil reposicionarse.

Por otra parte, hay que escoger con cautela el socio japonés. La comprensión y la confianza mutuas, la disposición a compartir riesgos y responsabilidades, y una decidida voluntad de abordar el mercado son esenciales.

En todo caso, la rapidez de respuesta a las variaciones del mercado y de entrega de los pedidos es muy importante. Todos los integrantes de la cadena de fabricación-distribución tienen que tener presente la prontitud en la entrega de los pedidos para que los artículos no se queden desfasados antes de su llegada al punto de venta. Los fabricantes o

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

distribuidores japoneses intentan anticipar lo que los consumidores demandarán. Esto explica que, cada vez más, las compañías están operando con sistemas QR (quick response) que les permiten realizar un seguimiento de sus productos. Estos sistemas conectan las tiendas de los minoristas con los departamentos logísticos de fabricantes y distribuidores, recogiendo la información en el punto de venta, y así pueden conocerse diariamente las tendencias, permitiendo a la compañía producir y reponer en un plazo muy corto aquellos productos que mejor se estén vendiendo. De esta manera, el tiempo de entrega se acorta, la eficiencia de las ventas se incrementa, y se reducen los gastos de almacenamiento.

Otra costumbre comercial, que todavía conservan algunos distribuidores japoneses es el denominado “itaku”, o venta en consignación. De acuerdo con este sistema, las mercancías no vendidas a final de temporada pueden ser devueltas. La aceptación de esta condición por parte del distribuidor eleva los precios más de lo debido, dificultando su venta, con lo cual se convierte en un círculo vicioso. Afortunadamente, el uso de este sistema se va reduciendo poco a poco.

Como final a este apartado, indicar que la exportación española a Japón tiene como destino, en su mayoría, tiendas minoristas.

2. ESTABLECIMIENTO

En lo que respecta al establecimiento de sucursales o filiales en Japón no existen barreras significativas. Si desea obtener más información sobre cómo invertir en Japón, es interesante analizar la siguiente bibliografía:

1. *A Guide to Investment in Japan*, elaborada por la *Japan External Trade Organization* (JETRO). Está escrita en un sencillo formato de pregunta/respuesta. Es muy útil para resolver las dudas más básicas sobre diversos temas como clima de inversiones, legislación, procedimientos, incentivos, impuestos y empleo.
2. *Setting up a business in Japan*, que es una publicación también elaborada por JETRO. Se puede consultar en http://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/.
3. *Guía de Negocios: Japón*, editada por ICEX incluye un apartado dedicado a las inversiones.

De modo genérico y para facilitar la comprensión se ha decidido incluir un resumen sobre el tema. Existen varias estrategias para penetrar en el mercado japonés. A continuación se describe brevemente cada una de estas posibilidades.

A. Exportación directa

Se distinguen tres tipos de importadores en Japón: las *trading companies*, los **importadores europeos implantados en el país** y las **empresas japonesas** con una gama de productos complementaria.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Los *sogo-shoshas* (*gran trading*) y las *senmon-shosas* (*trading o importador especializado*) Son los importadores más utilizados por las empresas extranjeras. Tienen la ventaja del acceso inmediato al mercado japonés, pero no siempre manifiestan un gran interés por los productos extranjeros debido a los escasos volúmenes exportados (sobre todo al principio). Por lo que respecta a las sociedades japonesas, la estrategia clave reside en la búsqueda de una empresa verdaderamente complementaria y cuyos productos no compitan con los propios. En este punto puede ser interesante consultar con JETRO para asesoramiento, o incluso a través de su página web (<http://www.jetro.go.jp/spain/negocio/>). En ésta ofrecen una base de datos gratuita dónde encontrar socios comerciales y oportunidades de negocio. Tal y como reza en su web, con el programa TPP se «*puede llegar a potenciales socios en Japón... mediante el registro de la información de su compañía y estableciendo sus propias ofertas*».

Las principales ventajas que ofrece la exportación directa son el acceso inmediato a una red de distribución y la reducida inversión necesaria.

En el caso de las exportaciones directas, los gastos iniciales de la empresa extranjera suelen limitarse a las actividades de promoción comunes. Los gastos de transporte, de importación, de almacén y de distribución corren, por lo general, por cuenta del importador (sobre todo en el caso de las *sogo-shoshas*); así pues, el riesgo financiero es muy escaso.

Por otra parte, el principal inconveniente que presenta la exportación directa reside en la falta de control que tiene la empresa exportadora sobre las ventas del importador. De hecho, queda totalmente a merced de la red de distribución, de la fuerza de ventas y de la reputación del importador, así como del esfuerzo que éste haga por vender el producto.

Pero, además, conviene no olvidar que el importador representa un eslabón adicional en la cadena de distribución y su margen conlleva un aumento del precio final del producto.

En caso de optar por esta estrategia, se recomienda un análisis detallado de las actividades del importador y su salud financiera. Es especialmente importante verificar la especialización y experiencia del importador en la venta de productos similares, así como la existencia de posibles productos de la competencia en la cartera de la empresa. Para obtener datos, se puede consultar al banco de datos Teikoku Data Bank en la siguiente página web: <http://www.tdb.co.jp/english/index.html>.

Muchas veces el importador es una pantalla entre la empresa exportadora y el mercado japonés. El establecimiento de un control estricto de las actividades del importador permite sortear este obstáculo y garantizar que la información vuelva a la empresa.

Adicionalmente, resulta muy útil informarse sobre los métodos de distribución utilizados (tipo de minoristas y puntos de venta, cobertura geográfica del país, etc.) y sobre la actividad comercial del distribuidor (número de visitas a los detallistas, actividades promocionales, etc.).

Si la empresa exportadora no dispone de un producto conocido y con una demanda elevada, no dude en convocar a varios importadores a un proceso de selección para elegir al más adecuado.

Por otra parte, la comercialización de un producto por un importador no dispensa a la empresa exportadora de seguir la evolución del mercado y de desarrollar sus redes de

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

contactos en Japón. Las empresas extranjeras deben aprender a conocer a clientes finales, por ejemplo, organizando visitas en común con el importador.

B. Agentes y representantes comerciales

Existen diversos tipos de representación comercial. Así, un agente comercial puede ser un individuo o una sociedad, y a menudo no está clara la distinción entre importador y agente: las sociedades de comercio, por ejemplo, pueden intervenir desempeñando el papel de importadores o de agentes. En cualquier caso, la figura de los agentes comerciales individuales está poco difundida en el mercado japonés.

Por lo general, se distinguen cuatro tipos de representación:

- Agente con capacidad para firmar contratos en nombre de la sociedad extranjera;
- Agente encargado de recibir pedidos en nombre de la sociedad extranjera. Estos agentes son considerados por la ley japonesa como oficinas de representación de la empresa extranjera y, en consecuencia, deben pagar impuestos sobre sus ingresos en Japón. En este segundo caso, los convenios bilaterales para prevenir la doble imposición internacional suelen paliar los efectos;
- Agente responsable de la gestión de pedidos (actividad de almacenamiento, de distribución y de exposición de mercancías);
- Agente independiente encargado de las actividades de corretaje.

La empresa exportadora deberá estar atenta a la hora de elegir el agente y comprobar su capacidad comercial y financiera. En particular, deberá estudiar el tipo de contrato más apropiado para su producto. Por otra parte, por lo que respecta al control del agente y del mercado, se imponen las mismas recomendaciones que para la exportación directa.

C. Contrato de fabricación bajo licencia

La fabricación en Japón permite al otorgante de la licencia beneficiarse de las ventajas locales por lo que respecta a la calidad, si bien los costes de producción son elevados. Tratándose de productos destinados exclusivamente al mercado japonés, también resultará más fácil adaptarlos a los gustos de los consumidores.

Salvo en el caso de marcas prestigiosas, esta modalidad de implantación no resulta demasiado competitiva para el mercado japonés.

D. Implantación local

La implantación en el mercado japonés es arriesgada y debe plantearse cuando se tenga un buen conocimiento del mercado nipón y cierta experiencia. Es un método que permite un control directo y permanente de las ventas y la marca, algo decisivo en un mercado como el japonés. El uso que se haga de la marca, el esfuerzo comercial... aparte del diseño de los productos son claves para conseguir un ejemplo de éxito en la implantación en el país nipón. Ese control por parte de la matriz permite evitar desviaciones por la contratación de

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

distribuidores y reduce costes de intermediarios que posteriormente se trasladan al precio final.

Como inconveniente obvio se presenta el elevado coste inicial y la necesidad de conocer bien el mercado. Sin embargo, a partir de la segunda mitad de la década de los 90, la implantación de empresas extranjeras se ha activado considerablemente y, en muchos casos, con notable éxito. Pero, la actual crisis financiera ha llevado a reducir el tamaño de algunas representaciones extranjeras o incluso a clausurarlas.

Para más información sobre cómo establecerse en el mercado japonés, JETRO (Japan External Trade Organization) ofrece en su página web una guía práctica con todos los temas de relevancia. El enlace directo es: http://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/laws/section1

En ésta guía se indican los cuatro tipos de implantación existentes, todos ellos recogidos en la ley nº 86 de 26 de julio de 2005, *Companies Act*¹.

1.- Oficina de representación

Esta modalidad no requiere registro pues no posee personalidad jurídica. En consecuencia, no disponen de capital propio. Su cometido principal es desarrollar tareas preparatorias o suplementarias para futuras operaciones de la empresa matriz en Japón. Por tanto, se entiende que no están capacitadas para efectuar operaciones o transacciones comerciales, abrir cuentas bancarias o alquilar bajo su propio nombre. Todas estas tareas deben ser consentidas y firmadas por la empresa matriz o por el representante de la oficina de representación a título individual. Sin embargo, sí pueden llevar a cabo encuestas de mercado, recoger información, adquirir bienes y realizar tareas de publicidad y marketing.

Representa un estadio inicial del proyecto inversor en Japón o un mero puesto de control de las operaciones de exportación directa. En definitiva, permite controlar el comportamiento y evolución de las actividades de los agentes, importadores, mayoristas, minoristas y consumidores.

2.- Sucursal (branch office)

Esta segunda modalidad representa la manera más simple de establecerse como empresa en el país nipón. Esta modalidad cuenta con personalidad jurídica supeditada a la empresa matriz, con lo que puede comenzar a realizar operaciones tan pronto como cuente con un local, un representante y las formalidades de registro completadas ante el Banco de Japón. También se le permite la apertura de cuentas bancarias y el alquiler de bienes inmuebles en nombre propio. Sin embargo, de acuerdo a la normativa legal japonesa, esta empresa no cuenta con estatus legal corporativo propio y no se le presume toma de decisiones de forma independiente. Tampoco poseen capital propio, sino que dependen de la empresa extranjera, y ha de pagar impuestos en Japón. Adicionalmente, la empresa matriz es responsable

¹ *Companies Act* accesible a través de <http://www.japaneselawtranslation.go.jp>

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

directa de todas las deudas y créditos contraídos por las actividades de su sucursal japonesa.

3.- Subsidiaria (subsidiary company)

Dentro de este tipo se encuentran dos modalidades mayoritariamente empleadas:

- Kabushiki-kaisha, similar a la Sociedad Anónima (S.A.).
- Godo-kaisha, similar a la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.).

Existen también la Gomei-kaisha (asociación ilimitada) y la Goshi-kaisha (asociación limitada), pero raramente se emplean en la práctica pues implican responsabilidad ilimitada por parte de sus socios.

Estos tipos de subsidiarias se entienden por el derecho japonés como empresas separadas de su matriz. Es decir, tienen personalidad jurídica propia. En el momento de su constitución debe notificarse al Banco de Japón. Cuentan con un capital mínimo de un yen.

La responsabilidad de la empresa matriz extranjera se limita al capital social aportado a la subsidiaria. Y los impuestos se pagan de acuerdo a la normativa de beneficios de las joint-stock corporations.

Dependiendo de la opción elegida en ésta modalidad, hay ligeras variaciones a tener en cuenta. Por tanto, se recomienda encarecidamente consultar la guía de JETRO así como contactar con su oficina en España ante cualquier duda.²

4.- Asociación de Responsabilidad Limitada (Limited liability partnership)

Esta modalidad no es considerada según la legislación japonesa como una empresa en sí misma, sino una asociación de empresas cada una con responsabilidad limitada al capital aportado. La ventaja sobre el resto es que las normas internas pueden ser determinadas libremente por acuerdo entre las partes. Adicionalmente, esta modalidad no tributa siendo las sociedades participantes en el capital las que deben cumplir con dicha tributación en proporción a los beneficios distribuidos. Por otro lado, no requiere notificación al Banco de Japón en el momento de su constitución.

² JETRO MADRID, ver anexos.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

1. DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN

Para exportar a Japón son necesarios los siguientes documentos:

1. Formulario de declaración de importación.
2. Factura comercial (incluyendo los nombres del expedidor y consignatario, el país de origen, el número de paquetes, su peso neto y bruto en unidades métricas, el número y fecha de pedido, además de la información habitual).
3. Conocimiento de embarque o carta de porte aéreo.
4. Lista de embarque (incluyendo descripción del contenido, medidas y peso de cada uno de los contenedores en unidades métricas).
5. Certificado de póliza de seguro, si es que el exportador es responsable de la misma.
6. Documentos bancarios.
7. Certificado de origen, si se exige. Debe ser el original. La aduana japonesa no acepta la copia del certificado de origen.
8. Si el producto está confeccionado en materiales y pieles que puedan estar restringidos o prohibidos por la Convención de Washington (Convención sobre Comercio Internacionales de Especies de Flora y Fauna Salvaje en Peligro de Extinción, conocidas como CITES), se necesita el documento que certifica el cumplimiento de dicha convención. Al igual que el certificado de origen, debe ser el original. La aduana japonesa no acepta copia del certificado CITES.

La factura comercial debe redactarse en inglés o japonés y remitirse tantas copias como indique el importador, precisándose tan sólo un original para la aduana. No es necesario ningún tipo de legalización consular. Se aconseja enviar por correo una copia de los documentos al importador o a su agente de aduanas, y una rápida negociación de los

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

originales por el banco exportador. La mercancía debe ir acompañada de una etiqueta con el nombre y dirección del importador japonés además de los datos anteriormente indicados.,

La calidad de la comunicación, tanto oral como escrita, durante el proceso de recepción, producción y envío del pedido con el importador japonés es una de las claves del éxito o fracaso de la actividad de exportación a este país. Esto se debe a que los empresarios japoneses valoran en gran medida la seriedad del comportamiento de la empresa proveedora en todas las etapas de la relación comercial. Por tanto, se aconseja enviar por correo una copia de los documentos al importador o a su agente de aduanas.

2. NORMATIVA ESPECÍFICA

La importación de productos de piel y curtidos a Japón ha de cumplir con las siguientes leyes:

1. *Ley de Intercambios y Comercio Extranjero* (Foreign Exchange and Foreign Trade Law), la cual hace referencia a la *Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres* (Convención de Washington).
2. *Ley de Protección de la Vida Salvaje y de la Caza* (Wild Life Protection and Hunting Law)
3. *Ley de Control de Enfermedades Infecciosas en Animales Domésticos* (Domestic Animal Infectious Diseases Control Law)
4. *Ley contra Márgenes Injustificables e Imagen Engañosa* (Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representation)
5. *Ley para el Control de Bienes Domésticos que Contengan Sustancias Dañinas* (Law for the Control of Household Products Containing Harmful Substances)

En esta sección se facilita un resumen de estas leyes aplicables específicamente a este sector. No obstante, se recomienda consultar con la persona de contacto en Japón o la página web gubernamental que recoge la normativa nipona en lenguas japonesa e inglesa (www.japaneselawtranslation.go.jp).

En primer lugar, es necesario tener en cuenta la Convención sobre el *Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres*, más conocida como Convención de Washington. Viene recogida en la normativa japonesa en la *Ley de Intercambios y Comercio Extranjero* (Foreign Exchange and Foreign Trade Law). En ella se detallan las especies protegidas en el comercio internacional, lo que afecta también al uso de productos derivados de ellos en la confección de artículos. En aduanas se exigirá el certificado CITES que documenta el cumplimiento de lo establecido por dicha convención, así como un

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

certificado de origen. Para ambos escritos se requiere el original. Se puede obtener información detallada y actualizada a través de los siguientes enlaces.

- Página oficial de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres: <http://www.cites.org/esp/index.shtml>
- Organismos Japoneses Competentes: <http://www.cites.org/cms/index.php/lang-es/component/ncd/?country=JP>
- Autoridad Administrativa CITES en España: <http://www.cites.es/>

La *Ley de caza y protección de la vida salvaje* (Wild Life Protection and Hunting Law), por su parte, determina la obligación de adjuntar el certificado de exportación emitido por la agencia competente del gobierno del país exportador a la hora de importar piel y cuero de ciertas especies.

El lector puede acudir a los siguientes organismos para obtener información más detallada y actualizada sobre la regulación de sector.

1. Ministerio de Economía, Comercio e Industria (Ministry of Economy, Trade and Industry) (www.meti.go.jp)
2. Ministerio de Medio Ambiente (Ministry of Environment) (www.env.go.jp)
3. Ministerio de Agricultura, Bosques y Pesca (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) (www.maff.go.jp)

El siguiente aspecto a tener en cuenta es el correcto etiquetado del producto. La *Ley sobre Etiquetado de la Calidad de Bienes Domésticos* determina qué la etiqueta debe indicar los componentes, el uso y el modo de preservación. Más concretamente:

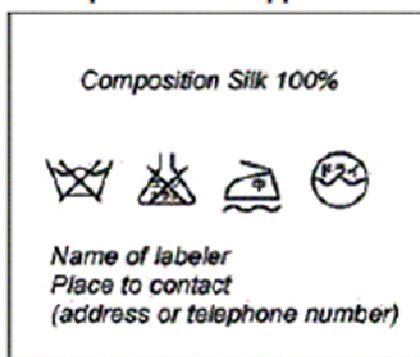
1. Composición de las fibras. Se debe indicar en japonés (en kanji o katakana) o en inglés junto al porcentaje de la mezcla y para cada una de las partes que componen la prenda.
2. Modo de lavado y otros cuidados necesarios. Esto debe ser expuesto mediante los símbolos recogidos en la Japanese Industrial Standards JIS L 0217 (Labeling Marks for Handling of Textile Products and Labeling Methods Thereof).
3. Impermeabilidad.
4. Tipo de piel, tanto si es natural como sintética.
5. Nombre y dirección o teléfono del etiquetador. Éste es la parte responsable del etiquetado de la calidad del producto. En caso de ser una prenda importada, el empresario nacional (el importador) es el que debe incluir dichos datos de contacto. No se permiten abreviaturas.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

6. País de origen. Se refiere al país donde se realice la transformación más importante, es decir, la costura o el tejido en las prendas de punto. En cumplimiento de la *Ley contra Márgenes Injustificables e Imagen Engañosa*.

Un ejemplo sería:

Example Label for Apparel



La etiqueta debe colocarse en un lugar visible. Los términos a utilizar para la composición de materiales son los especificados en el JISC (Japanese Industrial Standards Comité, www.jisc.go.jp), como se indican en la tabla 22.

En el caso de ser confección sólo en piel un ejemplo de etiqueta sería el siguiente.

Type of material used on surface:
Sheep leather

Cautions on handling:

- Washing (including use of benzene) or rinsing may cause leather to fade in color or harden.
- Do not stack. Store in low temperature and humidity locations with good ventilation. During raining seasons, airing out is recommended.
- To remove stains, use leather garment cleaner. For suede, use eraser, then rub with a hard brush.
- Iron at low temperatures over a cloth. Do not use a steam iron.

Manufacturer/Distributor:

XYZ Corp., Ltd.
X-X, YY-machi, ZZ Prefecture
Tel: 01-2345-6789

Los fabricantes, distribuidores y sus agentes pueden etiquetar los productos aunque la ley no les obligue directamente a ello. Este comportamiento viene motivado porque según la *Ley de Responsabilidad de Productos*, el fabricante es responsable de cualquier problema que el producto cause y no esté indicado en la etiqueta. Por eso, aunque no sea obligatorio, la mayoría de prendas llevan en la etiqueta consejos de uso.

La industria ha establecido una etiqueta voluntaria conocida como ALCA Mark System para aquellos productos que cumplan las especificaciones de la *All Japan Leather Costume Association*. El reverso de esta etiqueta contiene información sobre los materiales, su cuidado, tallas, etc.

Para más información consultar la publicación de JETRO al respecto a través del siguiente enlace: http://www.jetro.go.jp/en/market/regulations/index.html/pdf/household_labeling.pdf

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

o la guía práctica en inglés de la Agencia de Consumo (Consumer Affairs Agency) del Ministerio de Economía, Comercio e Industria (Ministry of Economy Trade and Industry en sus siglas en inglés), http://www.caa.go.jp/hinpyo/pdf_data/handbook_e.pdf.

Tabla 23: Términos usados para la composición de los tejidos.

Names of fibers		Designated terms	Names of fibers		Designated terms
Cotton		綿	Promix fibers		プロミックス
		コットン			Nylon
		COTTON	Aramid	ナイロン	
Wool	Sheep wool	毛	NYLON		アラミド
		羊毛	ビニロン		
		ウール	ビニリデン		
		WOOL	ポリ塩化ビニル		
	Angora rabbit hair	毛	Polyester synthetic fibers		POLYESTER
		アンゴラ	Polyacrylonitrile synthetic fibers	Those that are at least 85% or more of acrylonitrile	アクリル
	Cashmere	毛			Others
	Cashmere	毛	Polyethylene synthetic fibers		ポリエチレン
		カシミヤ	Polypropylene synthetic fibers		ポリプロピレン
	Mohair	毛	Polyurethane synthetic fibers		ポリウレタン
モヘヤ		Polychral fibers		ポリクラール	
Camel hair	毛	Glass fibers		ガラス	
	らくだ	Carbon fibers		炭素繊維	
	キャメル	Metallic fibers		金属繊維	
Alpaca	毛	Feather		Down	ダウン
	アルパカ	Other feathers			フェザー
Others	毛	Fibers other than those listed above		Names of fibers or brand name in parentheses with the words 「指定外繊維」	
	絹				
Silk		シルク			
		SILK			
Bast fibers (limited to flax or ramie)		麻			
Viscose rayon	Those with an average polymerization degree of 450 or more	レーヨン			
		RAYON			
	ポリノジック				
Others	レーヨン				
	RAYON				
Cuprammonium filament		キュブラ			
Acetate	Those where the hydroxyl groups are 92% or more acetic acid	アセテート			
		ACETATE			
		トリアセテート			
	Others	アセテート			
		ACETATE			

También, ha de tenerse en cuenta que todos aquellos productos importados con indicación falsa o engañosa, en la etiqueta sobre el país de origen serán prohibidas de acuerdo al artículo 71 de la *Ley de Aduanas* (Custom Law). De manera similar ocurre con los productos que vulneren los derechos de propiedad intelectual de acuerdo al artículo 69.11 de la misma ley.

La *Ley para el Control de Bienes Domésticos que Contengan Sustancias Dañinas* indica que existe una restricción en el uso de ciertos productos químicos en la producción de dichos

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

bienes. El contenido no puede superar los niveles indicados, ya que se consideran dañinos para la piel. Sin embargo, a la hora de detallarlos en el apéndice II, remite a una orden ministerial, la cual desglosa dichos términos. Éstos, traducidos al inglés desde la versión japonesa de la ley, son:

- | | |
|---|---|
| 1. Hydrogen Chloride | 11. Triphenyltin Compounds |
| 2. Vinyl Chloride | 12. Tributyltin Compounds |
| 3. 4, 6-Dichloro-7-(2, 4, 5-trichlorophenoxy) -2-trifluoromethyl benzimidazole (DTTB) | 13. Bis (2, 3-dibromopropyl) phosphates (BDBPP) |
| 4. Dibenzo[a,h]anthracene | 14. Hexachloro-epoxy-octahydro-endo, exo-dimethanonaphthalene (Dieldrine) |
| 5. Potassium Hydroxide | 15. Benzo[a]anthracene |
| 6. Sodium Hydroxide | 16. Benzo[a]pyrene |
| 7. Tetrachloroethylene | 17. Formaldehyde |
| 8. Trichloroethylene | 18. Methanol |
| 9. Tris (1-aziridinyl) phosphine Oxide (APO) | 19. Organomercury Compounds |
| 10. Tris (2, 3-dibromopropyl) phosphate (TDBPP) | 20. Sulfuric Acid |

Además, otras sustancias consideradas peligrosas son DTTB (agente contra insectos) máximo permitido: 30ppm; dieldrin (agente contra insectos), máximo permitido: 30ppm y formaldehído (fijador de tintes en tejidos), máximo permitido: 75 ppm. También se mantiene un control estricto sobre los componentes orgánicos de mercurio, estaño de trifenilo y estaño de tributilo.

La supervisión del cumplimiento de dicha ley depende de la Oficina de Salud Medioambiental del Ministerio de Sanidad y Bienestar y es especialmente estricta en la vestimenta infantil. Existen casos en los que el uso de formaldehído causó problemas cutáneos a la población infantil. Por ello, para artículos para niños menores de 24 meses y prendas de menos de 90 centímetros, es necesario presentar un certificado emitido por un laboratorio oficial del país de origen que atestigüe que el tinte del tejido contenga 0 ppm de formaldehído. Para población infantil de edad superior, el máximo permitido es 75 ppm. Adicionalmente, hay ciertos fabricantes que comercializan la ropa infantil aislada en bolsas de plástico. De esta manera evitan que este compuesto volátil se traspase desde la ropa de adultos, dónde no está prohibido su uso, o desde la pintura empleada en la decoración de las tiendas.

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Para más información consultar la publicación de JETRO (Japan External Trade Organisation) sobre la regulación para bienes domésticos disponible a través del siguiente enlace: http://www.jetro.go.jp/en/market/regulations/index.html/pdf/household_products.pdf.

3. DEFENSA JURÍDICA

Si se busca asesoramiento legal, es muy útil consultar la publicación editada por JETRO: *How to set up Bussiness in Japan* (http://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/) o la sección *Directory for Doing Business in Japan* (<http://www.jetro.go.jp/en/invest/directory/>).

Se actualizan anualmente y contiene direcciones de abogados, servicios empresariales, alquileres, relaciones públicas, promoción y recursos humanos entre otros. Incluye año de establecimiento, número de empleados, servicios ofertados, regiones operativas e idiomas disponibles. La búsqueda puede limitarse por zona geográfica o idiomas en los que opera la empresa. Aquellas que disponen de página web, el directorio ofrece acceso a la misma pinchando sobre el nombre.

4. AGENCIAS COMPETENTES

Customs Tariff Law

International Economic Affairs Division
Trade Policy Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry
Teléfono.: +81 3 3502 8111
Página web: <http://www.meti.go.jp>

Foreign Exchange and Foreign Trade Law (Washington Convention)

Trade Licensing Division
Trade and Economic Cooperation Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry
Teléfono: +81 3 3501 1511
Página web: <http://www.meti.go.jp>

Japanese Standards Association (procedimientos de etiquetado y de tallas)

Teléfono: +81 3 3583 8000
Página web: <http://www.jsa.or.jp>

Law for Conservation of Endangered Species of Wild Fauna and Flora

Division of Park Facilities and Conservation Technology
Nature Conservation Bureau
Ministry of Environment
Teléfono: +81 3 3581 3351
Página web: <http://www.env.go.jp>

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

Spain Tanners Exhibition

Fechas: 9 y 10 de noviembre de 2010

Lugar: Embajada de España en Tokio

Productos: Pieles curtidas

Organizador: ACEXPIEL

C/Valencia, 359 3º; 08009 Barcelona

Teléfono: +34-93-459-33-96; Fax:+34-93-458-50-61

Página web: www.spanishtanners.com

Correo electrónico: leather@leather-spain.com

Spain Leather Fashion Exhibition

Fechas: 20-22 de enero de 2009

Lugar: Tokio

Productos: Confección en piel y marroquinería

Organizador: ACEXPIEL

C/Valencia, 359, 3º; 08009 Barcelona

Teléfono: +34-93-459-33-96; Fax:+34-93-458-50-61

Página web: www.spanishtanners.com

Correo electrónico: leather@leather-spain.com

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Tokyo Leather Fair

Fechas: 24 y 25 de junio de 2011 (edición de 2011 por anunciar)

Lugar: Sangyo Boeki Center. Asakusa, Tokio.

Productos: Pieles curtidas y componentes de calzado

Organizador: Association of Tokyo Leather Fair

Shotenkaikan 6-20-6 Taito Asakusa-ku, Tokio

Teléfono: +81-3-3873-6564; Fax: +81-3-3873-6565

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

HIKAKU KOGYO SHIMBUN (*Periódico bimensual de moda en piel*)

6-244, Ueda, Matsubara-shi, 580-0016

Teléfono: (+81) 723-37-1544

Fax: (+81) 723-35-2564

3. ASOCIACIONES

Manufactured Imports Promotion Organization (MIPRO)

World Import Mart Bldg., 6th fl., Sunshine City Complex

1-3, Higashi-Ikebukuro 3-chome, Toshima-ku; Tokyo 170-8630

Teléfono: (+81) 3-3988-2791; (981) 3-3988-2791

Página web: www.mipro.or.jp/index.shtml

Japan Federation of Importer's Organizations

Hougaku Bldg., 4FL.,

19-14 Toranomon 1-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0001

Teléfono: (+81) 3-3581-9251

Fax: (+81) 3-3581-9217

Japan Business Federation (KEIDANREN)

9-4, Otemachi 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8188

Teléfono: (+81) 3-5204-1500

Fax: (+81) 3-5255-6255

Correo electrónico: webmaster@keidanren.or.jp

Página web: www.keidanren.or.jp

National Federation of Small Business Associations

Zenchu – Zenmi Bldg., 1-26-19, Shinkawa, Chuo-ku; Tokyo 104-0033

Teléfono: (81) 3-3523-4901

Fax: (81) 3-3523-4909

Página web: www.chuokai.or.jp/en/intro/intro.htm

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Japan Leather and Leather Goods Industries Association

Hikaku Kenpo Kaikan 7F;
12-13 Komagata 1 chome; Taito-ku; Tokyo
Teléfono: (+81) 3-3847-1451
Fax: (+81) 3-3847-1510
Página web: www.jlia.or.jp

4. ORGANISMOS OFICIALES ESPAÑOLES

Embajada de España

1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokyo, 106-0032
Teléfono: (+81) 3-3583-8531/32/33
Fax: (+81) 3- 3582-8627
Correo electrónico: embesjp@mail.mae.es

Oficina Económica y Comercial de España en Tokio

3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku, Tokyo, 106-0032
Teléfono: (+81) 3-5575-0431
Fax: (+81) 3-5575-6431
Correo electrónico: tokio@mcx.es
Página web: www.oficinascomerciales.es

5. ORGANISMOS OFICIALES JAPONESES

Ministry of Health, Labour and Welfare

3-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo, 100-8916
Teléfono: (+81) 3-5253-1111
Página web: www.mhlw.go.jp/english/index.html

Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)

3-1, Kasumigaseki 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8901
Teléfono: (81) 3-3501-1619
Página web: www.meti.go.jp/english/index.html

Ministry of Finance

1-1, Kasumigaseki 3-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8940
Teléfono: (81) 3-3581- 4111
Página web: www.mof.go.jp/english

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

JETRO (Japan External Trade Organization)

Ark Mori Building 6F, 12-32, Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo 107-6006

Teléfono: (+81) 3-3582-5511

Página web: www.jetro.go.jp

JETRO Madrid (Japan External Trade Organization)

Teléfono: 91-391-21-00

Fax: 91-310-36-59

Correo electrónico: info@jetro-madrid.org

Página web: www.jetro.go.jp/spain

Japan Tariff Association

Jibiki n° 2 Bldg.8F, 4-7-8, Kohji Machi, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0083

Teléfono: (+81) 3-3263-7221

Fax: (+81) 3-3263-7972

Correo electrónico: info@kanzei.or.jp

Página web: www.kanzei.or.jp/english/index.html

Statistics Bureau

19-1, Wakamatsu-cho, Shinjuku-ku, Tokyo 162-8668

Teléfono: (+81) 3-5273-1132

Fax: (+81) 3-5273-1133

Correo electrónico: z-kensaku@stat.go.jp

Página web: www.stat.go.jp/english/

Fair Trade Comission

1-1, Kasumigaseki 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8987

Teléfono: (+81) 3-3581-5471

Página web: www.jftc.go.jp/e-page/index.html

Tokyo Chamber of Commerce and Industry

2-2, Marunouchi 3-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005

Teléfono: (+81) 3-3283-7500

Correo electrónico: kokusai@tokyo-cci.or.jp

Página web: www.tokyo-cci.or.jp/english

Osaka Chamber of Commerce and Industry

2-8, Honmachibashi, Chuo-ku, Osaka 540-0029

Teléfono: (+81) 6-6944-6400

Fax: (+81) 6-6944-6293

Página web: www.osaka.cci.or.jp/e/index.html

EL MERCADO DE PIELES CURTIDAS Y CONFECCIÓN EN JAPÓN

Manufactured Imports Promotion Organization (MIPRO)

World Import Mart Bldg., 6th fl., Sunshine City Complex
1-3, Higashi-Ikebukuro 3-chome, Toshima-ku, Tokyo 170-8630
Teléfono: (+81)3-3988-2791
Fax: (81) 3-3988-1629
Correo electrónico: mipro@mipro.or.jp, investment@mipro.or.jp
Página web: www.mipro.or.jp/English/investment (inglés, sobre inversión)

6. ORGANISMOS EUROPEOS

European Business Council in Japan (EBC)

Sanbancho POULA Bldg. 2F, 6-7 Sanbancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0075
Correo electrónico: ebcam@gol.com
Página web: www.ebc-jp.com

Delegation of the European Commission to Japan

Europe House, 9-15, Sanbancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0075
Teléfono: (+81) 3-3239-0441
Fax: (+81) 3-3261-5194
Página web: www.deljpn.ec.europa.eu/?ml_lang=en

7. BANCOS ESPAÑOLES EN JAPÓN

Grupo BBVA

Dirección: Fukoku Seimei Bldg. 12F, 2-2-2 Uchiwaiwaicho, Chiyoda-ku 100-0011
Teléfono: (+81) 3-3501-1076
Fax: (+81) 3-3501-1064
Correo electrónico: bbvatokyo@bbva.jp
Página web: www.bbva.es

Grupo SCH

Dirección: Shin Marunouchi Bldg. 10F, 1-5-1 Marunouchi, Chiyoda-ku 100-6510
Teléfono: (+81) 3-3211-0350
Fax: (+81) 3-3211-0360
Correo electrónico: a-torres@gruposantander-jp.com
Página web: www.santander.com