

Japó

Sumari

1. TIC i electrònica
2. Components d'automoció
3. Química i farmàcia
4. Medi ambient i energies renovables
5. Agroalimentari
6. Tèxtil i confecció
7. Altres

1. TIC i electrònica

1.1. Anàlisi qualitativa

El Japó és una potència mundial en el sector TIC i electrònica:

- Nintendo, Sony, Panasonic, Hitachi, Toshiba, Sharp, NEC, Fujitsu, Sanyo, Pioneer, etc., es troben entre les empreses més respectades al món.
- Recentment, el país ha llançat al mercat aparells innovadors, ha estat pioner en l'accés a Internet per mòbil i és líder en accés a la xarxa d'alta velocitat, en patents i investigadors per càpita, etc.

Tanmateix, el sector està patint amb molta força l'actual conjuntura i la competència internacionals:

- Les previsions són que la demanda domèstica japonesa continuï estancada.
- El país podria haver viscut en el passat recent una bombolla exportadora: la forta apreciació del ien i la frenada en el consum, sobretot nord-americà, ha debilitat molt les exportacions en els darrers mesos, i no està clar que recuperi el dinamisme dels últims anys.
- Es consoliden els competidors estrangers, com ara Samsung i LG en televisors (Corea del Sud) i Haier en electrodomèstics (Xina), amb nivells de qualitat similars i preus internacionals més atractius.
- Alhora, els preus dels components (per exemple, l'iPhone d'Apple conté un gran nombre de components japonesos) continuen en caiguda, i existeix sobre capacitat de producció, cosa que afecta els marges de beneficis.
- Algunes empreses nipones del sector són grans conglomerats que ocupen un ampli ventall de productes de diversos sectors (des de reactors nuclears fins a torradors).
 - Aquestes han anunciat, en general, reduccions d'ocupació i tancaments de plantes a escales desconegudes per als estàndards japonesos.
 - L'actual crisi podria introduir canvis en les es-

1. Són aquells productes que per als països en qüestió tenen rellevància en les seves importacions, però en canvi Catalunya no exporta de manera significativa ni a aquell país ni a escala mundial. S'utilitzen com a criteri de rellevància aquells productes que superen l'1 % del total.

estructures internes de les corporacions cap a una major concentració de l'activitat: per exemple, Sony, que cada cop es concentra més en tecnologia de *media*, ha venut la seva unitat de xips a Toshiba, que s'especialitza en semiconductors; Sharp i Pioneer han format una aliança per unir les seves tecnologies de LCD i àudio, etc.

- Alguns analistes consideren que el Japó encara ha de millorar les seves capacitats d'innovació col·laborativa, cada cop més necessària en el sector de TIC i electrònica, per poder adaptar els productes i els serveis japonesos als mercats exteriors amb èxit. Alhora, els requeriments locals són molt específics per al mercat japonès, com a resultat d'unes relacions corporatives i amb els proveïdors molt estretes, fet que dificulta l'accés al mercat nipó per part d'empreses estrangeres.

D'altra banda, el país no ha desenvolupat una indústria del *software* que competeixi a escala internacional. És més, existeix el potencial per desenvolupar serveis informàtics des de l'exterior per abastir les necessitats del mercat japonès (*offshoring*), per exemple des de la Xina. També cada cop es reconeix més el valor del *software* informàtic per a l'empresa (ERP, CRM, SCM, etc.) desenvolupat fora del país, en relació amb els sistemes propis que l'empresa nipona havia desenvolupat de manera interna en el passat.

L'aposta per superar la crisi del sector al Japó sembla que podria passar pel desplaçament cap a tec-

nologies netes, com ara els panells solars i les bateries de cotxes elèctrics, les televisions planes, les neveres i els aires condicionats eficients en energia, etc.; noves àrees en les quals les empreses japoneses ja són fortes i en les quals dominen l'R+D a escala global. El govern ha introduït recentment un subsidi a les tecnologies verdes per impulsar el canvi en aquest sentit.

1.2. Anàlisi quantitativa

Des de la perspectiva de TIC i l'electrònica, s'identifiquen els productes de la taula 1.

Catalunya no exporta de manera rellevant¹

Tots els productes inclosos en aquest sector són rellevants per a les importacions del Japó, però en canvi Catalunya no els exporta al país de manera significativa, ni tampoc a escala mundial. Cal remarcar que el 5,3 % de les importacions mundials de circuits electrònics integrats provenen del Japó.

2. Components d'automoció

2.1. Anàlisi qualitativa

El mercat japonès de l'automòbil es troba gairebé saturat per la situació econòmica, l'ús cada cop més estès del transport públic i el poc interès dels joves

Taula 1

Codi	Producte	EXPORTACIONS CATALANES			IMPORTACIONS JAPÓ				
		Pes s/X Catalunya al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/X Catalunya totals 2007	Pes s/M totals al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/M totals mundials 2007	Quota mercat 2007	IVCR* 2007
85.42	Circuits electrònics integrats	0 %	---	0 %	3,5 %	5,5 %	5,3 %	0 %	-100 %
85.17	Aparells de comunicació i les seves parts	0,2 %	5,7 %	1 %	1,2 %	77,5 %		0,01 %	-51,3 %
84.71-84.73	Màquines per al processament dades i les seves parts	0,1 %	97,4 %	0,2 %	3,1 %	-9,2 %		0 %	-97,8 %

* Índex d'avantatges comparatius revelats.

Font: elaboració OME a partir de les dades de Taric Trade, Departament de Duanes i Comtrade-Nacions Unides.

per tenir un cotxe de propietat. El 2008, les vendes al mercat domèstic han estat les pitjors en 34 anys, i és difícil preveure una millora a curt termini. Una mesura recent per estimular el mercat ha estat la subvenció de fins a 250.000 ien per a la renovació del vehicle més vell, de 12 anys (juny del 2009).

No obstant això, la recuperació en la producció podria arribar el 2010, en especial gràcies al fet que la major part de les grans companyies japoneses preveuen el llançament de nous vehicles amb alternatives a l'ús del petroli com a font d'energia. En aquest sentit, experimenten un creixement les vendes dels cotxes híbrids Prius i Insight (Toyota i Honda, respectivament).

- L'abril del 2009 va ser el primer cop que un cotxe híbrid (Insight de Honda) va ser el més venut, per sobre dels vehicles tradicionals, mentre que el Prius de Toyota va sobrepassar les 110.000 unitats venudes (juny del 2009). El govern del Japó aposta fort per aquest tipus de tecnologies de vehicles híbrids gas-electricitat amb l'exempció fiscal a la compra.

Toyota continua sent el líder del mercat japonès, amb una quota del 28 % (2008), i en segon lloc hi ha Nissan. El creixement de quota de mercat més destacat ha estat per part de Daihatsu, especialitzat en cotxes petits, mentre que Lexus ha patit una davallada en la seva participació en el mercat. Entre els vehicles d'importació destaquen les alemanyes, sobretot Volkswagen (20 % de les importacions) i Mercedes-Benz i BMW (16 % cadascuna).

L'any 2008, Toyota va superar General Motors en vendes. Tanmateix, la crisi financera global ha afectat aquesta empresa especialment, tant per la caiguda de les vendes als Estats Units com per la fallida de General Motors, i el 2008 va ser l'any amb

més pèrdues de tota la història de la companyia nipona. Cal destacar que Toyota i GM mantenen una planta de producció amb una *joint venture* a Califòrnia (NUMMI).

Els fabricants japonesos comparteixen amb General Motors un nombre important de proveïdors (un centenar) que ara poden passar per situacions financeres complicades. A més, el sistema financer nipó ha estat força afectat per la crisi de les *subprime*, per la qual cosa l'accés al crèdit és ara més complicat. Quant als proveïdors, el govern compta amb programes de suport amb crèdits garantits i altres tipus d'assistència.

2.2. Anàlisi quantitativa

Des de la perspectiva de la indústria de components d'automoció, s'identifiquen els productes de la taula 2.

Catalunya exporta de manera rellevant²

Parts i accessoris de vehicles (codi aranzelari 87.08). Les parts i els accessoris de vehicles representen el 4,5 % de les exportacions catalanes mundials, i tenen rellevància en les exportacions de Catalunya al Japó (7,5 % del total). Tanmateix, les exportacions catalanes de parts i accessoris de vehicles a aquest país han retrocedit un 15 % en els últims anys, enfront del creixement del 15,3 % de les importacions de Japó, fet que ha suposat una reducció de més d'un punt de la quota de mercat respecte de la del 2004. El 2008, a més, les exportacions catalanes de parts i accessoris de vehicles han continuat retrocedint un 37 % respecte del 2008.

Taula 2

Codi	Producte	EXPORTACIONS CATALANES			IMPORTACIONS JAPÓ			Quota mercat 2007	IVCR* 2007
		Pes s/X Catalunya al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/X Catalunya totals 2007	Pes s/M totals al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/M totals mundials 2007		
87.08	Parts i accessoris de vehicles	7,5 %	-15 %	1,4 %	1 %	15,3 %	0,81 %	-77,2 %	

* Índex d'avantatges comparatius revelats.

Font: elaboració OME a partir de les dades de Taric Trade, Departament de Duanes i Comtrade-Nacions Unides.

2. Són aquells productes que tenen rellevància tant en l'exportació mundial catalana com en l'exportació al país en qüestió. En aquest cas, a partir de l'evolució de la quota de mercat 2004-2007, s'indica si Catalunya aprofita o no les oportunitats de negoci d'aquest país. S'utilitzen com a criteri de rellevància aquells productes que superen l'1 % del total.

3. Química i farmàcia

3.1. Anàlisi qualitativa

Les mesures del pla d'estímul a l'economia del govern japonès, que afavoreixen els electrodomèstics que estalvien energia i els vehicles més eficients en petroli, podrien repercutir favorablement a curt i a mitjà termini en la demanda d'aquests productes i indirectament en la indústria química del país, en general orientada cap a aquests sectors i que s'ha vist molt afectada per la recessió domèstica i global.

A llarg termini, però, la crisi podria suposar canvis importants en la indústria química japonesa. La nova capacitat de producció d'etilè de l'Orient Mitjà i la Xina podria fer perdre una quota important de mercat exterior a les plantes nipones de craqueig i de derivats, en general més obsoletes, i algunes podrien tancar. Igualment, es preveuen moviments de consolidació en el mercat en el termini de cinc anys, ja sigui per l'adquisició d'empreses a escala domèstica o internacional, especialment per part de petites companyies que en el passat han estat conservadores i presenten una situació financera saludable.

Les companyies químiques del Japó tracten d'allunyar-se de la producció de *commodities* i continuen invertint, malgrat la crisi, en especialitats de major valor agregat. Es tracta, en general, del desenvolupament de tecnologies de nous materials per a aplicacions d'estalvi d'energia, infraestructures respectuoses amb el medi ambient i ciències de la vida.

- En concret, cal esmentar la inversió d'Asahi Kasei (anunciada el novembre de 2008) per augmentar la capacitat de producció de separadors de bateries recarregables de Hipore Li-ion que, en el futur, es podrien utilitzar no tan sols en ordinadors portàtils i telèfons mòbils, sinó també en vehicles híbrids.
- De la seva banda, Mitsui Chemicals Fabro ha anunciat la creació d'un departament per impulsar el desenvolupament de nous materials per a cèl·lules solars, cèl·lules de fuel i cèl·lules secundàries (octubre del 2008), i es preveu que enguany (2009) iniciï la producció de la nova planta de components d'encapsuladors de cèl·lules solars d'EVA.

- Finalment, Mitsui i Tokuyama ja desenvolupen el procés de producció de gas silane, que s'utilitza per a la formació de film de silicona adreçat a la producció d'aparells electrònics, com ara cèl·lules solars de pel·lícula fina.

El Japó és el mercat més gran de cosmètica (juntament amb els Estats Units), i en destaquen els productes de cura de la pell i de maquillatge. La demanda d'articles funcionals han augmentat de manera significativa en els darrers anys, especialment perquè els consumidors demanen més prestacions pel valor dinerari.

- Les línies de productes destinades a l'home i als nadons es troben en creixement.
- Els productes passen de moda ràpidament, especialment en el cas del maquillatge, fet que obliga les empreses a la millora constant i a nous llançaments cada temporada.
- Les barres de llavis són el segon producte més popular de maquillatge.
- El xampú és la importació líder en valor en productes de cura del cabell. Els consumidors joves (homes i dones) fan un ús cada cop més extens de tints i tonificants per al cabell.
- Les vendes de desodorants i cremes de protecció solar ja no són estacionals, sinó que es donen al llarg de tot l'any.
- Els productes estrangers dominen el sector de les fragàncies, liderat pel segment de consumidors joves.

Les empreses cosmètiques japoneses són força actives en la cerca de productes innovadors provinents de l'exterior; en especial, d'aquells que estiguin fets amb materials naturals: maquillatge, sals de bany, llet corporal i altres productes de relaxació, aromateràpia, que continguin olis essencials, de cura personal per a home, etc.

El 63 % dels cosmètics importats prové dels Estats Units i França. Els aranzels i els estàndards que apliquen als productes provinents de l'exterior són baixos, i existeix una tendència a l'establiment de *joint ventures* amb fabricants japonesos per desenvolupar i elaborar productes.

El mercat japonès de productes farmacèutics és el segon mundial, i té el potencial natural per créixer de manera destacada (envelliment de la població). Tanmateix, el seu creixement és moderat, sobretot a causa del control estricte del govern sobre el preu dels medicaments perquè s'abaixi cada dos anys. Alguns factors que podrien condicionar l'evolució del sector a mitjà termini són:

- L'increment de les despeses en R+D i la reestructuració de la indústria a escala mundial i al Japó en concret.
- La intensificació de la competència entre les empreses farmacèutiques locals i internacionals, especialment entre les líders.
- La no disponibilitat local de molts productes destacats internacionalment.
- El cost relativament baix dels productes genèrics.
- L'obertura a la comercialització d'articles sense prescripció mèdica a través de botigues de conveniència i supermercats.
- Un marc regulador que recentment ha esdevingut més accessible a les empreses farmacèutiques internacionals.

Tot plegat fa que el mercat farmacèutic japonès es trobi a l'inici d'un procés de consolidació empresa-

rial mitjançant fusions i adquisicions d'empreses locals més petites que disposin d'una oferta interessant de productes.

3.2. Anàlisi quantitativa

Des de la perspectiva de la indústria química i farmacèutica, s'identifiquen els productes de la taula 3.

Catalunya no exporta de manera rellevant

Productes químics inorgànics (codi aranzelari 28).

Es tracta de productes rellevants per a les importacions del Japó, però en canvi Catalunya no els exporta a aquest país ni tampoc a escala mundial de manera significativa.

Catalunya exporta, però no al país en qüestió³

Productes farmacèutics (codi aranzelari 30).

Les exportacions catalanes d'aquests productes a escala mundial representen el 4,6 % del total exportat; en canvi, no són significatives en les exportacions dirigides al Japó (tan sols representen un 0,4 %). Les exportacions de Catalunya de productes farmacèutics s'han mantingut estables al llarg del període 2004-2007, enfront del creixement del 10 % de les importacions d'aquests articles del Japó. El 2008, però, les exportacions catalanes de pro-

3. Són aquells productes que tenen una quota de mercat significativa en el país en qüestió. Aquest cas pot indicar un cert poder de mercat de Catalunya en el país en qüestió.

Taula 3

Codi	Producte	EXPORTACIONS CATALANES			IMPORTACIONS JAPÓ			Quota mercat 2007	IVCR* 2007
		Pes s/X Catalunya al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/X Catalunya totals 2007	Pes s/M totals el Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/M totals mundials 2007		
28	Productes químics inorgànics	0 %	31,7 %	0,1 %	1,1 %	17,3 %	7,2 %	0 %	-96,9 %
30	Productes farmacèutics	0,4 %	0,6 %	0,1 %	1,3 %	10 %	2,4 %	0,03 %	-73,3 %
29	Productes químics orgànics	28,3 %	11,9 %	6,2 %	2,1 %	6,8 %	3,8 %	1,25 %	15,8 %
39	Plàstics i les seves manufactures	2,1 %	16,2 %	0,4 %	1,6 %	10,9 %	2,5 %	0,12 %	-76,9 %
32	Matèries colorants i pintures	2,6 %	13,8 %	1,7 %	0,2 %	6,8 %	2,1 %	1,20 %	99,7 %

* Índex d'avantatges comparatius revelats.

Font: elaboració OME a partir de les dades de Taric Trade, Departament de Duanes i Comtrade-Nacions Unides.

4. Són aquells productes que tenen una quota de mercat significativa en el país en qüestió. Aquest cas pot indicar un cert poder de mercat de Catalunya en el país en qüestió.

ductes farmacèutics van créixer de manera considerable respecte del 2007 (62,3 %), fins a assolir els 3 milions d'euros.

Catalunya exporta de manera rellevant

Productes químics orgànics (codi aranzelari 29). Els productes químics orgànics representen el 3,8 % de les exportacions catalanes mundials, i són la principal partida que Catalunya exporta a aquests país (28,3 % del total). Les exportacions catalanes d'aquests productes al Japó han crescut un 11,9 % en els últims anys, una xifra superior al ritme d'increment de les importacions japoneses. Això ha suposat un increment de la quota de mercat, i semblaria indicar que s'han aprofitat les oportunitats de negoci en aquest sector. Cal advertir, però, que el 2008 les exportacions catalanes de productes químics orgànics a aquest país van caure un 53 % respecte del 2007 (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008).

Plàstics i les seves manufactures (codi aranzelari 39). Els plàstics representen el 8 % de les exportacions catalanes mundials, i tenen també rellevància, tot i que menor, en les exportacions de Catalunya al Japó (2,1 % del total). Les exportacions catalanes de plàstics i les seves manufactures a aquest país (principalment, polímers d'etilè i polímers naturals) han crescut un 16,2 % en el període 2004-2007, per sobre de l'increment de les importacions japoneses, fet que ha permès que la quota de mercat augmenti lleugerament respecte del 2004. El 2008, a més, les exportacions catalanes de plàstics van accelerar el seu ritme de creixement respecte del 2007 (34,9 %), la qual cosa semblaria indicar que s'estan aprofitant les oportunitats de negoci en aquest sector.

Catalunya és subministrador significatiu⁴

Matèries colorants i pintures (codi aranzelari 32). El ritme de creixement mitjà de les exportacions catalanes d'aquest producte durant el període 2004-2007, superior al ritme d'increment mitjà de les importacions japoneses per al mateix període, va permetre assolir una quota de mercat significativa, de l'1,2 %, el 2007 (la quota de mercat de les exportacions totals de Catalunya al Japó és del 0,09 %), 0,3 punts superior respecte de la del 2004. El 2008, a

més, les exportacions catalanes per a aquest producte van créixer respecte dels últims anys (29,5 % comparant-les amb les del 2007), fet que possiblement suposi un increment de la quota de mercat (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008).

Adicionalment, cal remarcar que gairebé el 18 % de les inversions directes catalanes al Japó en el període 2004-2008 s'han destinat a la indústria química, concretament a la fabricació de perfums i cosmètica (vegeu el requadre inversions estrangeres directes catalanes al Japó).

4. Medi ambient i energies renovables

4.1. Anàlisi qualitativa

L'enorme població i la manca d'espai per dipositar els residus, juntament amb el compromís amb la reducció de les emissions d'efecte d'hivernacle, han conduït a un canvi important en el sector del medi ambient al Japó en els darrers anys.

- El marc regulador és molt complert i favorable.
- El pla del Ministeri de Medi Ambient per a la promoció del reciclatge pretén disminuir el nombre de deixalles en deu anys, de manera que es passi del 10 % de residus reciclats al 40 %.
- Pel que fa a les emissions de gas d'efecte d'hivernacle, el país s'ha compromès a reduir les seves emissions d'un 6 %, fet que significa que caldrà desenvolupar i implementar tecnologies que ajudin les empreses emissores a assolir els objectius, alhora que augmenta la tendència cap a l'ús d'energies renovables.
- La indústria local del medi ambient és molt competitiva.

El sector del medi ambient ha crescut a un ritme elevat en els darrers temps, i algunes anàlisis preveuen que encara podria doblar-se d'aquí al 2020.

- Els principals sectors en el present són:
 - Els serveis de processament d'aigua: recollir-

da, transport i processat d'aigua i d'aigües industrials.

- La recuperació de materials i el reaprofitament en els seus processos de producció o la seva transformació en energia (biomassa).
- Altres sectors que podrien créixer en el futur pròxim són:
 - La producció d'equipament per a la prevenció de la contaminació de l'aire i materials per a la prevenció de la pol·lució, com ara catalitzadors i catalitzadors lumínics i equipament de processat de gas exhaust.
 - Els serveis de medi ambient, com ara educació, capacitatció, informes mediambientals, auditories mediambiental i formació en ISO14000.
 - Els productes i la tecnologia per a l'estalvi de recursos.

La manca d'espai ha obligat el Japó a introduir legislació (la més important, la llei bàsica per establir una societat basada en el reciclatge) per regular la gestió dels residus. Es prioritza la reutilització de materials sempre que sigui possible en el procés de producció o en forma d'energia, i es fixen responsabilitats als diferents membres de la comunitat en cada fase del cicle de producció.

El pla d'estímul de l'economia (abril del 2009) estableix les bases per orientar el consum cap a productes electrònics més eficients en energia i cap a l'adquisició de vehicles híbrids. Això esperona el canvi tecnològic en altres indústries relacionades, com ara la química, cap a productes de més valor agregat (bateries, cèl·lules solars, etc.). D'altra banda, el país ja produeix béns de consum durables d'alta eficiència, com ara neveres o climatitzadors, fet que el situa en avantatge en aquest context.

El compromís amb l'acord de Kyoto també estan conduint a un canvi important en l'energia, tant pel que fa a les fonts com a la utilització. El Ministeri de Medi Ambient preveu assolir el 25 % de les necessitats energètiques del país en el futur pròxim, a partir dels sectors solar, eòlic, de biomassa i de bi-*o*etanol. Es preveuen oportunitats en la consultoria especialitzada en energies renovables i en els mecanismes d'estalvi energètic.

El 2009, i com a part del pla d'estímul de reactivació econòmica, el govern japonès ha destinat 17.000

milions de dòlars a la construcció de panells solars per a 37.000 escoles del país.

5. Agroalimentari

5.1. Anàlisi qualitativa

El mercat japonès d'alimentació i begudes és molt madur, amb una forta competència i amb un creixement molt moderat. Això fa que, cada cop més, les empreses del sector es plantegin l'expansió internacional a través de fusions i adquisicions.

El consumidor japonès està força influenciat per l'estil de vida occidental. Alhora, la traçabilitat i la seguretat dels productes d'alimentació es tenen en compte, ja que s'hi ha viscut algun escàndol en el passat, tant en productes locals com en importats. Al mateix temps que la qualitat, però, el consumidor japonès també és conscient del preu, en una conjuntura econòmica que combina la recessió amb una certa inflació. Algunes de les oportunitats d'aquest mercat es podrien associar a:

- Productes que es puguin associar a la salut, com ara aliments orgànics i ingredients naturals en substitució d'additius i preservatius.
- Productes amb traçabilitat i lliures d'antibiòtics.
- Els productes *gourmet* en *packaging* de disseny.

El Japó és el principal importador mundial de carn de porc (n'importa el 40 % de les seves necessitats) fumada i congelat. La major part de les importacions es destinen especialment al processat per convertir-la en bacó, pernil i tall de llom com a producte de taula. Actualment, els principals importadors són els Estats Units, Dinamarca, el Canadà i Mèxic. Cal adequar el producte a les preferències del consumidor japonès i a les mesures d'higiene i qualitat.

De manera tradicional, el mercat japonès de fruita i verdura es proveïa localment. Tanmateix, la pèrdua de competitivitat de la producció local, la millora de les instal·lacions i l'obertura en el sector han fet possible la importació creixent de productes de l'exterior, en funció també de les fluctuacions en el tipus de canvi. Les pomes i els cítrics són dos arti-

cles d'interès per al mercat japonès, que té en compte que s'utilitzin pocs productes químics.

En el sector de les begudes, hi ha una tendència cap als productes associats amb la salut (suc de fruita i de vegetals, aigua amb suplementos nutricionals, etc.), principalment a causa de l'envelliment de la població. Recentment, a més, s'evidencia la tendència de les empreses japoneses a associar-se amb companyies estrangeres que els puguin proveir de productes finals o de tecnologia.

Els preus del vi d'importació han baixat en els darrers anys, de manera que la seva imatge com a producte per al consum habitual (no tan sols per a ocasions especials) està guanyant terreny, i s'ha accentuat la cultura del vi. França, Itàlia, els Estats Units i Austràlia en són els principals exportadors. Les vendes de vi escumós (en les quals també s'inclou el cava) han augmentat més d'un 10 % anual en els darrers anys.

El mercat de l'oli d'oliva al Japó ha experimentat una expansió en els darrers temps, amb un creixement continuat del seu consum, en part associat a la imatge de salut que hi ha al darrere, i encara podria tenir potencial de creixement si es compara amb el consum per càpita actual d'altres països en què tampoc no forma part de la dieta tradicional. Tanmateix, l'oli d'oliva provinent d'Itàlia compta amb una major reputació, i aquesta és la principal barrera que cal superar. En el futur podria existir també un interès per l'oli d'oliva més enllà de l'alimentació, en àmbits com ara la cosmètica i la medicina.

5.2. Anàlisi quantitativa

Des de la perspectiva de la indústria agroalimentària, s'identifiquen els productes de la taula 4.

Catalunya no exporta de manera rellevant

Cereals (codi aranzelari 10). Es tracta de productes rellevants per a les importacions del Japó, però en canvi Catalunya no els exporta a aquest país ni tampoc a escala mundial de manera significativa. Cal remarcar que el Japó representa el 10,4 % de les importacions mundials de cereals.

Catalunya és subministrador significatiu

Oli d'oliva (codi aranzelari 15.09). Les exportacions catalanes d'aquest producte al Japó tenen una quota de mercat elevada, del 3,24 % (la quota de mercat de les exportacions totals de Catalunya a aquest país és del 0,09 %), amb importants avantatges comparatius (IVCR). Tanmateix, les exportacions catalanes d'aquest producte han retrocedit un 2,3 % durant el període 2004-2007, enfront del creixement del 4,7 % de les importacions japoneses. Tanmateix, el 2008 es va trencar la dinàmica negativa, i les exportacions catalanes per a aquest producte van créixer de manera considerable, un 37,4 %, respecte del 2007, fins a assolir els 5,1 milions d'euros.

Carn porcina (codi aranzelari 02.03). El fort ritme de creixement mitjà del 88,3 % de les exportacions

Taula 4

Codi	Producte	EXPORTACIONS CATALANES			IMPORTACIONS JAPÓ				
		Pes s/X Catalunya al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/X Catalunya totals 2007	Pes s/M totals al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/M totals mundials 2007	Quota mercat 2007	IVCR* 2007
10	Cereals	0 %	---	0 %	1,1 %	10,7 %	10,4 %	0 %	---
15.09	Oli d'oliva	0,9 %	-2,3 %	0,1 %	0 %	4,7 %		3,24 %	100 %
02.03	Carn porcina (cansalada)	8,2 %	88,3 %	4,1 %	0,6 %	-9,3 %		1,37 %	100 %
03.02	Peix (tonyina)	5,3 %	619,8 %	25,9 %	0,1 %	-11,1 %		4,91 %	100 %
22.04	Vi	5 %	5,8 %	4,1 %	0,2 %	6 %		2,28 %	99,1 %

* Índex d'avantatges comparatius revelats.

Font: elaboració OME a partir de les dades de Taric Trade, Departament de Duanes i Comtrade-Nacions Unides.

catalanes d'aquest producte (bàsicament cansalada) durant el període 2004-2007, enfront la reducció de les importacions japoneses pel mateix període, ha permès assolir una quota de mercat significativa de l'1,37 % el 2007 (la quota de mercat de les exportacions totals catalanes al Japó és del 0,09 %), més d'un punt percentual per sobre de l'existent el 2004. A més, el 2008 les exportacions catalanes per a aquest producte han seguit creixent un 8 % respecte del 2007. Cal afegir que Catalunya exporta aquest producte de manera significativa al Japó.

Peix (codi aranzelari 03.02). El fort ritme de creixement mitjà de les exportacions catalanes d'aquest producte (bàsicament tonyina) durant el període 2004-2007, enfront de la reducció de les importacions japoneses per al mateix període, ha permès assolir una quota de mercat important, del 4,9 %, el 2007 (la quota de mercat de les exportacions totals de Catalunya al Japó és del 0,09 %), quan el 2004 la quota era pràcticament nul·la. A més, Catalunya exporta aquest producte de manera significativa al Japó (vegeu l'apartat 2e). Cal advertir, però, que el 2008 les exportacions catalanes per a aquest producte el 2008 van retrocedir un 25,3 % respecte del 2007 (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008).

Vi (codi aranzelari 22.04). Les exportacions catalanes d'aquest producte al Japó tenen una quota de mercat significativa, del 2,28 % (la quota de mercat de les exportacions totals de Catalunya al Japó és del 0,09 %), amb importants avantatges comparatius (IVCR). Les exportacions catalanes d'aquest producte han crescut un 5,8 % durant el període 2004-2007, en consonància amb l'increment de les importacions japoneses. El 2008, a més, les exportacions catalanes per a aquest producte van accelerar el seu ritme de creixement respecte del 2007 (53,6 %), fins a assolir els 32 milions d'euros, fet que possiblement comportarà un increment de la quota de mercat (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008). Cal afegir que Catalunya exporta aquest producte de manera significativa al Japó.

Catalunya exporta de manera significativa a aquell país⁵

Carn porcina (codi aranzelari 02.03). Addicionalment al fet que Catalunya sigui subministrador significatiu d'aquest producte al Japó (vegeu l'apartat 2d), aquest país és el cinquè mercat més important per a aquest sector el 2007, ja que s'hi dirigeix el 4,1 % de les exportacions catalanes mundials de carn porcina, quan el total de les exportacions catalanes al Japó representa tan sols el 0,8 % de les exportacions mundials catalanes.

Peix (codi aranzelari 03.02). Addicionalment al fet que Catalunya sigui subministrador significatiu d'aquest producte al Japó (vegeu l'apartat 2d), aquest país és el segon mercat més important per a aquest sector, ja que s'hi dirigeix el 25,9 % de les exportacions catalanes mundials de peix, quan el total de les exportacions catalanes al Japó representa tan sols el 0,8 % de les exportacions mundials catalanes.

Vi (codi aranzelari 22.04). Addicionalment al fet que Catalunya sigui subministrador significatiu d'aquest producte al Japó (vegeu l'apartat 2d), aquest país va ser el sisè mercat més important per a aquest sector el 2007, ja que s'hi va dirigir el 4,1 % de les exportacions catalanes mundials de vi, quan el total de les exportacions catalanes al Japó representa tan sols el 0,8 % de les exportacions mundials catalanes.

5. Són aquells productes que representen un elevat percentatge respecte a les exportacions totals catalanes mundials. Aquest cas pot indicar cert un risc de dependència de les exportacions catalanes si aquest producte en el país en qüestió es veu afectat significativament per la crisi a curt i a llarg termini.

6. Tèxtil i confecció

6.1. Anàlisi qualitativa

El Japó és un dels principals productors mundials de tèxtil i confecció, amb una llarga tradició, especialment en tèxtils i fibres sintètiques, i país ocupa el sisè lloc a escala mundial en termes de valor agregat. La indústria local ha presentat progressivament un procés de deslocalització de la producció cap a la Xina i altres països asiàtics, un fet que s'intensifica actualment amb la recessió global. Tanmateix, les importants activitats de moda, disseny, màrqueting i comercials es troben establertes al Japó, tot i que també afronten la caiguda del consum mundial.

La producció de maquinària tèxtil també és rellevant al país. Aquest sector es veu molt afectat per la conjuntura internacional, i les exportacions han caigut més d'un 70 % respecte del gener del 2008. Això també és degut, en part, a l'apreciació del ien en els darrers mesos.

6.2. Anàlisi quantitativa

Des de la perspectiva de la indústria tèxtil, s'identifiquen els productes de la taula 5.

Catalunya exporta de manera rellevant

Peces i complements de vestir (codis aranzelaris 61 i 62). Les peces i els complements de vestir representen el 2,7 % de les exportacions catalanes mundials, i tenen també rellevància en les exportacions de Catalunya al Japó (1,3 % del total). Tanmateix, les exportacions catalanes de peces i complements de vestir a aquest país han retrocedit un 18,6 % en els últims anys, enfront de l'increment del 3,4 % de les importacions japoneses, fet que ha suposat una disminució de la quota de mercat. El 2008 les exportacions catalanes d'aquests productes van continuar baixant a un ritme similar al dels últims anys (19,3 % respecte del 2007), i això semblaria indicar que no s'estan aprofitant les oportunitats de negoci en aquest sector (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008).

Catalunya és subministrador significatiu

Pells i cuirs (codi aranzelari 41). Les exportacions catalanes d'aquest producte al Japó tenen una quota de mercat significativa, de l'1,62 % (la quota de mercat de les exportacions totals de Catalunya al Japó és del 0,09 %), amb importants avantatges comparatius (IVCR). Tanmateix, les exportacions catalanes d'aquests productes han retrocedit un 20,6 % durant el període 2004-2007, molt superior a la reducció de les importacions japoneses. Tanmateix, el 2008 es va trencar la dinàmica negativa i les exportacions catalanes per a aquest producte van créixer de manera considerable, un 47,7 %, respecte del 2007, fins a assolir els 6,2 milions d'euros, fet que possiblement suposarà un increment de la quota de mercat (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008).

Acceleradors de tintura i matèries colorants (codi aranzelari 38.09). El fort ritme de creixement mitjà de les exportacions catalanes d'aquests productes durant el període 2004-2007, molt superior al ritme d'increment de les importacions japoneses per al mateix període, ha permès assolir una quota de mercat important, del 7,55 % el 2007 (la quota de mercat de les exportacions totals de Catalunya al Japó és del 0,09 %), 4 punts per sobre de la del 2004. A més, Catalunya exporta aquest producte de manera significativa al Japó (vegeu l'apartat 2e). Cal advertir, però, que el 2008 les exportacions catalanes per a aquest producte van retrocedir un 24,5 % respecte del 2007 (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008).

Taula 5

Codi	Producte	EXPORTACIONS CATALANES			IMPORTACIONS JAPÓ				
		Pes s/X Catalunya al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/X Catalunya totals 2007	Pes s/M totals al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/M totals mundials 2007	Quota mercat 2007	IVCR* 2007
61+62	Peces i complements de vestir	1,3 %	-18,6 %	0,4 %	3,6 %	3,4 %	7,3 %	0,03 %	82,6 %
41	Pells i cuirs	1 %	-20,6 %	2,2 %	0,1 %	-0,1 %	1,3 %	1,62 %	99,4 %
38.09	Acceleradors de tintura i materials colorants	0,9 %	133,6 %	4,1 %	0 %	16,4 %		7,55 %	72,8 %

* Índex d'avantatges comparatius revelats.

Font: elaboració OME a partir de les dades de Taric Trade, Departament de Duanes i Comtrade-Nacions Unides.

Catalunya exporta de manera significativa a aquell país

Acceleradors de tintura i matèries colorants (codi aranzelari 38.09). Addicionalment al fet que Catalunya sigui subministrador significatiu d'aquest producte al Japó (vegeu l'apartat 2d), aquest país va ser el sisè mercat més important per a aquest sector el 2007, ja que s'hi va dirigir el 4,1 % de les exportacions catalanes mundials d'aquests productes, quan el total de les exportacions de Catalunya al Japó representen tan sols el 0,8 % de les exportacions mundials catalanes.

Addicionalment, cal remarcar que el 80,8 % de les inversions directes catalanes al Japó en el període 2004-2008 s'han destinat al sector tèxtil, concretament al comerç de peces de vestir (vegeu el requadre d'inversions estrangeres directes catalanes al Japó).

7. Altres

7.1. Anàlisi quantitativa

Vegeu la taula 6.

7.2. Metal·lúrgia

Catalunya exporta, però no al país en qüestió

Fosa de ferro i acer (codi aranzelari 72). Les exportacions catalanes d'aquests productes a escala mundial representen l'1,9 % del total exportat; en canvi, no són significatives en les exportacions dirigides al Japó. Per contra, es tracta d'un producte rellevant per a les importacions d'aquest país, amb un creixement del 18,2 % en els últims anys.

Catalunya exporta de manera rellevant

Alumini (codi aranzelari 76). Aquest producte representa l'1 % de les exportacions catalanes mun-

Taula 6

Codi	Producte	EXPORTACIONS CATALANES			IMPORTACIONS JAPÓ			Quota mercat 2007	IVCR* 2007
		Pes s/X Catalunya al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/X Catalunya totals 2007	Pes s/M totals al Japó 2007	Creixement mitjà 2004-2007	Pes s/M totals mundials 2007		
Metal·lúrgia									
72	Fosa de ferro i acer	0 %	-23,2 %	0 %	1,3 %	18,2 %	2,1 %	0 %	-97,6 %
76	Alumini	1,9 %	15,7 %	1,6 %	1,6 %	15,7 %	6,8 %	0,11 %	72,9 %
73.09	Dipòsits i recipients de ferro i acer	6,1 %	627,4 %	48,5 %	0 %	16,6 %		56,45 %	100 %
Altres									
71	Diamants, or i joieria	0,5 %	-2,8 %	0,4 %	1,9 %	15,1 %	4,8 %	0,02 %	-16,3 %
26	Minerals	0 %	---	0 %	4,1 %	35,8 %	16,9 %	0 %	---
44	Fusta i manufactures	0 %	14,7 %	0,1 %	1,9 %	1 %	9,8 %	0 %	55,8 %
88	Aeronaus	0 %	5,4 %	0,4 %	1 %	13,4 %	4,5 %	0 %	---
90	Instruments mèdics i de mesura	1 %	9,6 %	0,6 %	3,4 %	6,1 %	5,5 %	0,02 %	-94,4 %
85.37	Quadres i panells per a electricitat	1,7 %	---	19,7 %	0,1 %	12,7 %		1,95 %	39,2 %

* Índex d'avantatges comparatius revelats.

Font: elaboració OME a partir de les dades de Taric Trade, Departament de Duanes i Comtrade-Nacions Unides.

dials, i té també certa rellevància en les exportacions de Catalunya al Japó (1,9 % del total). Les exportacions catalanes d'alumini al Japó han crescut un 15,7 % en els últims anys, el mateix percentatge que l'increment de les importacions japoneses en el mateix període, fet que semblaria indicar que s'han aprofitat les oportunitats de negoci en aquest sector (la quota de mercat s'ha mantingut estable des del 2004). El 2008, a més, les exportacions catalanes d'aquests productes van continuar creixent a un ritme similar al dels últims anys (15,4 % respecte del 2007).

Catalunya és subministrador significatiu

Dipòsits i recipients de ferro i acer (codi aranzelari 73.09). El fort ritme de creixement mitjà de les exportacions catalanes d'aquest producte durant el període 2004-2007, molt superior al ritme d'increment de les importacions japoneses per al mateix període, va permetre assolir una quota de mercat molt important, del 56,45 %, el 2007 (la quota de mercat de les exportacions totals de Catalunya al Japó és del 0,09 %). A més, Catalunya exporta dipòsits i recipients de ferro i acer de manera significativa a aquest país (vegeu l'apartat 2e). Cal advertir, però, que el 2008 les exportacions catalanes per a aquest producte van retrocedir un 33,1 % respecte del 2007 (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008).

Catalunya exporta de manera significativa a aquell país

Dipòsits i recipients de ferro i acer (codi aranzelari 73.09). Addicionalment al fet que Catalunya sigui subministrador significatiu d'aquest producte al Japó (vegeu l'apartat 2d), aquest país és el principal mercat més important per a aquest sector, ja que el 2007 s'hi va dirigir el 48,5 % de les exportacions catalanes mundials, quan el total de les exportacions de Catalunya al Japó representen tan sols el 0,8 % de les exportacions mundials catalanes.

7.3. Altres

Catalunya no exporta de manera rellevant

Diamants, or i joieria, minerals, fusta i aeronaus. Catalunya no exporta aquests productes al Japó (tampoc a la resta del món de manera significativa), mentre que les importacions japoneses són significatives i a més van representar un percentatge important del total de les importacions mundials d'aquests productes el 2007; en destacaven el 16,9 % dels minerals i el 9,8 % de la fusta i les seves manufactures.

Catalunya exporta de manera rellevant

Instrumentos mèdics i de mesura (codi aranzelari 90). Aquests productes representen l'1,2 % de les exportacions catalanes mundials, i tenen també rellevància en les exportacions de Catalunya al Japó (1 % del total). Les exportacions catalanes d'instruments mèdics i de mesura a aquest país han crescut un 9,6 % els últims anys, per sobre del ritme d'increment de les importacions del Japó en el mateix període. El 2008 les exportacions catalanes d'aquests productes van retrocedir un 3,8 % respecte del 2007 (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008).

Catalunya és subministrador significatiu

Quadres i panells per al control o la distribució d'electricitat (codi aranzelari 85.37). El fort ritme de creixement mitjà de les exportacions catalanes d'aquests productes durant el període 2004-2007, molt superior al ritme d'increment de les importacions japoneses per al mateix període, ha permès assolir una quota de mercat significativa, de l'1,95 %, el 2007 (la quota de mercat de les exportacions totals de Catalunya al Japó és del 0,09 %). A més, el 2008 les exportacions catalanes d'aquests productes van tenir una rellevància especial i es van multiplicar gairebé per 3 respecte del 2007, fet que possiblement suposarà un increment de la quota de mercat (encara no estan disponibles les dades del Japó per al 2008). Cal afegir que Catalunya exporta aquest producte de manera significativa al Japó.

Catalunya exporta de manera significativa a aquell país

Quadres i panells per al control o la distribució d'electricitat (codi aranzelari 85.37). Addicionalment al fet que Catalunya sigui subministrador significatiu d'aquest producte al Japó, aquest país va

ser el principal mercat important per a aquests productes el 2007, ja que s'hi va dirigir el 19,7 % de les exportacions catalanes mundials d'aquests productes, quan el total de les exportacions de Catalunya al Japó representa tan sols el 0,8 % de les exportacions mundials catalanes.

INVERSIONS ESTRANGERES DIRECTES CATALANES AL JAPÓ			
xifres en milers d'euros			
	2004-2008 VALOR	Pes s/IDE Catalunya al Japó	Pes s/IDE Catalunya mundial
47 COMERÇ A L'ENGRÒS, EXCEPTE VEHICLES DE MOTOR (peces de vestir)	3.176,2	80,77 %	1,27 %
20 INDÚSTRIA QUÍMICA (fabricació de perfums i cosmètica)	706,1	17,96 %	0,05 %
46 COMERÇ A L'ENGRÒS I INTERMEDIARI COMERÇ, EXCEPTE VEHICLES DE MOTOR	50,0	1,27 %	0,00 %
TOTAL	3.932,26	100,00 %	0,01 %

Font: elaboració OME a partir de les dades de Data Invex, Secretaria d'Estat de Comerç.

Accediu a totes les publicacions de l'OME a l'Anella, la plataforma de coneixement i col·laboració empresarial:
www.anella.cat/prospectiva



www.acc10.cat



www.anella.cat



www.ome.cat



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades amb la mateixa llicència 3.0 Espanya de Creativa Commons.