

Inteligencia de Mercados/Cultura de Negocios con Japón

La cordialidad, el respeto y la paciencia son los factores claves en el éxito de los negocios con los japoneses.

Por: Legiscomex.com



Foto por: .esm.wikipedia.org

Siendo actualmente la tercera economía mundial más grande después de Estados Unidos y China, Japón es un país lleno de oportunidades comerciales. Las principales industrias en las que basa su economía son las telecomunicaciones, los equipos electrónicos, la producción automotriz, en la que es una de las mayores potencias, banca, seguros, bienes raíces y construcción.

El crecimiento económico ha sido notable en este país asiático gracias a las alianzas que han logrado establecer el sector industrial y el gobierno, permitiendo una libertad económica. Esto sumando a un sistema de gestión empresarial más globalizado, ha permitido el exponencial desarrollo del país.

Sus principales socios comerciales son Estados Unidos, China, los países de la Unión Europea, Corea del Sur, Taiwán y Hong Kong, siendo los principales productos los vehículos, electrónica, equipos de transporte, productos químicos y maquinaria.

Por otra parte, Japón cuenta con limitados recursos naturales, lo que lo lleva a importar la mayor parte de las materias primas, productos alimenticios, combustibles fósiles, productos químicos, textiles, cereales, entre otros. Productos que en su mayoría importa de países como China, Estados Unidos, unión europea, Indonesia, Arabia Saudita, Emiratos Árabes, Australia y Corea del Sur.

Es por esto que **Legiscomex.com** le cuenta los aspectos que debe conocer al momento de hacer negocios con los empresarios de Japón.

Horarios

Japón es un país que cuenta con grandes y reconocidas marcas internacionales, que suponen unas jornadas de trabajo más extensas. Normalmente se trabajan ocho horas diarias, con una pausa de una hora para el almuerzo. Algunas grandes industrias y los grandes almacenes de cadena trabajan los fines de semana:

Tabla 1: Horarios de atención y servicio en los establecimientos de Japón

Comercio
Lunes a Domingo de 10:00 a 20:00 horas
Oficinas Públicas
Lunes a Viernes de 9:30 a 12:30 horas Horario extendido para otros trámites 14:00 a 15: horas
Bancos
Lunes a Viernes de 9:00 a 15:00
Oficinas
Lunes a Viernes de 9:00 a 17:00 horas
Centros Comerciales
Lunes a Sábado de 10:00 a 21:00 horas Domingos de 10:00 a 20:00 horas

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de yes-tokio.es

Días Festivos

Japón es un país de muchas tradiciones y costumbres y a lo largo del año se llevan a cabo distintas celebraciones y festividades. Normalmente las empresas cierran durante una semana en año nuevo, en la celebración de la Semana Dorada, a finales de abril o principios de mayo y en el Festival O-Bon a mediados de agosto.

Tabla 2: Días Festivos en Japón

Día	Celebración
1 de Enero	Año nuevo
Enero	Fiesta de la mayoría de edad
Principios-mediados de febrero, cambia según el año	Día de la Fundación de Japón
Finales de marzo, cambia según el año	Equinoccio de primavera
Finales de abril, principios de mayo, cambia según el año	Día de Showa
Principios de mayo, cambia según el año	El día verde
Julio	Día del océano

Día	Celebración
Septiembre	Día de la gente mayor
Finales de septiembre, cambia según el año	Equinoccio de otoño
Octubre	Día del Deporte
Principios de noviembre, cambia según el año	Día de la Cultura
Finales de noviembre, cambia según el año	Día de las labores
Finales de diciembre, cambia según el año	Cumpleaños del Emperador

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de es.portal.santandertrade.com

Citas y lugares de encuentro

La primera cita deberá concretarse preferiblemente a través de un intermediario, pues esto hará más sencilla la labor. Esta persona debe ser escogida con mucho cuidado, pues por tradición los japoneses son leales a sus socios. En lo posible trate de que esta persona tenga el mismo rango que su interlocutor.

En caso de no contar con un intermediario que le ayude con la conexión, lo más recomendable es agendar las citas a través de una llamada telefónica, es posible que una carta o un e-mail no tengan el mismo efecto.

En general las primeras reuniones tendrán lugar en las oficinas de la empresa, sin embargo es muy posible que estas se lleven a cabo en restaurantes o bares de Karaoke, esto siempre y cuando sea su homologado quien haga la invitación, tenga en cuenta que las mujeres de negocios son tratadas como hombres de honor, por lo que las invitaciones a estos lugares no se harán.

Tenga en cuenta que debe agendar las citas a una hora exacta y llegar por lo menos cinco minutos antes de lo acordado. Es costumbre que en los restaurantes y en las casas se quiten los zapatos, así que hacerlo es una muestra de respeto y de interés.

Vestuario

Los japoneses son muy tradicionales y conservadores a la hora de vestir, por lo general los hombres visten con trajes oscuros de color gris o azul marino, el color marrón no es recomendable, camisas blancas, corbatas oscuras con pocos detalles y zapatos oscuros. Para el caso de las mujeres, sastres de colores oscuros, pueden ser con pantalón o faldas pero no tan cortas, zapatos de tacón no tan altos y poco maquillaje. No se debe usar ropa excesivamente llamativa ni deportiva, a menos que su socio se dedique al mundo de la moda.

Obsequios

Los regalos son un gesto que es muy apreciado por los empresarios de Japón, no es necesario que sean obsequios lujosos, costosos o grandes, lo que cuenta es el detalle y la forma en que es entregado, pues se hace de una manera ceremoniosa conocida como *Hoso*, donde es tan importante

la manera de entregarlo y empacarlo, tanto como el obsequio mismo. Se debe entregar con ambas manos y una leve inclinación de la cabeza, es muy posible que su homólogo lo rechace varias veces antes de recibirlo. Si el regalo es entregado en público debe tener en cuenta los cargos más altos y respetar la jerarquía de la organización. Lo más recomendable es entregar los regalos al finalizar la reunión y éstos serán abiertos en privado.

Saludos

El saludo tradicional japonés es una reverencia, la cual dependiendo del cargo, la edad y hasta el rango social, puede ser más larga o más corta, esto demuestra el respeto que se tiene por la persona. No se espera que los empresarios de otros países lo hagan, pero si es una muestra de interés y cortesía el aportar este tradicional saludo ya que los japoneses no son muy dados al contacto físico.

Para los japoneses, las presentaciones son bastante importantes y se deben hacer con humildad y respeto. Si opta por el saludo occidental, procure que el apretón de manos no sea tan extenso. Al momento de presentarse debe usar el apellido de su interlocutor seguido por el "San" que significa "Señor", jamás se deben usar los nombres de pila.

En el contexto empresarial japonés las tarjetas de presentación o *Meishi* son muy importantes, representan tanto a la persona como a la empresa. Estas deben estar impresas en un papel de buena calidad y en lo posible traducidas en japonés por una de sus caras y por la otra en inglés. Deben ser entregadas al inicio de las reuniones luego de las respectivas presentaciones. La manera correcta de entregarla es hacerlo con las dos manos sin que los pulgares tapen la información y no deben tener ninguna anotación. Al momento de recibir la tarjeta de su socio debe hacerlo de la misma manera, con las dos manos y dedicar un tiempo para leerla y colocarla en un lugar importante en la mesa.

Reuniones

En primer lugar la puntualidad es un factor determinante al momento de establecer negocios con sus homólogos nipones, como mencionábamos antes es recomendable concretar las reuniones en una hora específica y llegar unos cinco minutos antes.

Es indispensable que conozca bien quienes van a asistir a la reunión para que de esta manera pueda identificar las personas más importantes, la cultura empresarial japonesa es jerárquica y esto determina la ubicación en la mesa, el turno para hablar y la toma de decisiones, igualmente son más dados a trabajar de manera colectiva y consensuada, así que debe dirigir sus presentaciones a todos los asistentes.

Los temas de negocios generalmente se abordan pasados unos quince minutos, antes sus futuros socios querrán conocer más sobre usted, los japoneses dan bastante importancia a las personas, su comportamiento y sus modales, por lo que debe ser inteligente y cauteloso en la manera como se expresa. Igualmente, debe llevar una excelente propuesta de negocios respaldada con una muy buena presentación.

Es posible que en las primeras reuniones no se llegue a ningún acuerdo final, para los japoneses es necesario conocer cada detalle de sus socios y estar totalmente seguros de que van a realizar una alianza comercial con un socio de confianza, así pues el objetivo principal será analizar la capacidad financiera de su empresa, de ahí la importancia de preparar una presentación que contenga en detalle esta información. Si su empresa cuenta con las referencias de grandes marcas, tiene

presencia en los mercados de países importantes y su volumen de facturación es alto, generará más confianza en sus interlocutores.

Es costumbre que los japoneses mantengan un silencio durante las reuniones, incluso que cierren los ojos, no tome esto como algo negativo, es la manera en que se concentran mejor en los que están escuchando y realizan las reflexiones para tomar las decisiones finales. Los empresarios nipones prestan bastante atención al lenguaje corporal como gestos, expresiones y movimientos, así que procure ser cuidadoso en la forma de expresar sus puntos de vista evitando cualquier tipo de confrontación, pues esto no es muy bien visto.

Negociaciones

El trabajo en equipo es parte fundamental de la cultura japonesa, todo individuo hace parte de una familia, una comunidad o un equipo de trabajo. Es más importante el bien común que el bien individual, lo cual aplican en todos los contextos, incluyendo los negocios por lo que no se admite un trabajo sin la participación de un equipo. Razón por la cual las decisiones se toman en grupo, las cuales son posteriormente validadas por sus superiores.

Generalmente los empresarios nipones evitan las discusiones controversiales y subidas de tono, los enfrentamientos y decir que “no”. En lo posible mantienen una actitud educada, cordial y poco conflictiva, lo que en ocasiones los hace ver como poco decididos o directos. No interprete las buenas intenciones de sus interlocutores de mantener un buen ambiente con actitud de frialdad y distanciamiento.

Es importante seguir un orden paciente y determinado en el afianzamiento de las relaciones comerciales y no saltarse las etapas del proceso de manera afanada, esto no genera confianza en los empresarios japoneses, ya que no tomarán una decisión hasta que estén seguros de las garantías suficientes de la solvencia de su empresa y de la oportunidad de negocio que se presenta.

Finamente, recuerde que debe ser muy paciente e inteligente al momento de negociar con los japoneses, en especial porque su carácter resulta particularmente ambiguo, dando la sensación de que no hay respuestas claras sobre el interés en un determinado negocio. Al contrario de lo que se conoce en otros países, donde se expresa de manera clara el interés o no de una propuesta, en Japón suelen dar respuestas poco entendibles acerca de sus puntos de vista, por lo que en muchas ocasiones el empresario extranjero no sabe que esperar de los resultados de las reuniones, siendo necesario contar con el asesoramiento adecuado con el fin de comprender de la mejor manera las posibilidades de cerrar un negocio.