



## Dinamizando las relaciones hispano-japonesas: propuestas de la sociedad civil

**Mario Esteban** | Investigador principal de Asia-Pacífico del Real Instituto Elcano y profesor de estudios de Asia Oriental de la Universidad Autónoma de Madrid | @wizma9

### Tema<sup>1</sup>

Tras múltiples contactos con actores, mayoritariamente sociales y españoles, que protagonizan las relaciones hispano-japonesas, se presentan una serie de recomendaciones orientadas a estrechar los lazos entre ambos países.

### Resumen

En los últimos tiempos se han intensificado notablemente las relaciones entre España y Japón, como ha resultado particularmente palpable durante la reciente celebración del Año Dual. Este acercamiento responde a una significativa demanda social para seguir profundizando en esta línea de mayor entendimiento y colaboración entre ambos países y al esfuerzo de múltiples organismos públicos para avivarla y satisfacerla. Este documento pretende contribuir a esa labor articulando una serie de reflexiones orientadas a dinamizar los intercambios empresariales, científico-tecnológicos, educativos, culturales, y turísticos entre España y Japón. Las propuestas que se presentan son específicas para cada uno de estos ámbitos, debido a las diferencias existentes entre ellos. En cualquier caso, se detectan algunas necesidades comunes: mayor receptividad de las instituciones públicas a la demanda social, más información y evaluación de las iniciativas públicas, mayor coordinación entre los actores involucrados, más acciones transversales y más intercambios personales con vocación de dar lugar a

---

<sup>1</sup> Este trabajo ha sido comisionado por la Fundación Consejo España Japón y será presentado en la XVII edición del Foro España Japón. El autor quiere dar las gracias a todas las personas que han contribuido con sus reflexiones a la elaboración de este documento: Abderrazzak Douhal, Adrián Hierro, Agustín Sáenz, Akihisa Dambara, Álvaro Schweinfurth, Amadeo Jensana, Ana Domínguez, Ana María Goy, Ángeles Valbuena, Angels Pelegrin, Antonio Garrigues, Antonio Gil, Antonio Molins, Arben Merkoçi, Aurora Baena, Avelino Corma, Beatriz Marco, Carles Gasòliba, Carlos Martínez, Carlos Rubio, Carlota Álvarez, Carmen Pérez, María Coriseo González, Diego Cazorla-Amorós, Eduardo Mascarell, Eva Pou, Fernando Delage, Fernando García, Fernando Martín, Florentino Rodao, Francisco Rodríguez-Reinoso, Germán Bejarano, Gloria García, Gonzalo Robledo, Hiroyuki Ueno, Ignacio Niño, Ignacio Luque, Inmaculada Corcho Gómez, Iñaki Parrón, Jaime Gorbeña, Javier Villalba, Joaquín Silvestre, Joël McConnell, Jorge Lasheras, José Luis Manzanares, Juan Bisquert, Juan Leña, Juan Manuel Suárez, Kayoko Takagi, Kimio Kase, Lorenzo Torres, Lluç López, Luis Vidal, Mar de Miguel, Marc Bernabé, Marc Martí, Margarita Vila, María Aparici, Mario Aparicio, Menene Gras, Miguel López-Quesada, Mika Nozaki, Minoru Shiraiishi, Miquel Mateu, Nazario Martín, Norbet Leuret, Octavio Llinas, Óscar Ramos, Patricia Gamarra, Pedro Serena, Pelayo Rodríguez, Pilar Cabañas, Pilar Garcés, Rafael Bueno, Ricardo García, Rocío Lansac, Sabine Schwanz, Salvador Rodríguez, Santiago Herrero, Sofía Rodríguez, Susana García, Tomás Belenguer, Tomás Zumárraga y Tsunehiko Tamura. Cualquier error o imprecisión es responsabilidad exclusiva del autor.

relaciones duraderas. Estas propuestas han sido extraídas de decenas de entrevistas y cuestionarios realizados a personas que encarnan los vínculos existentes entre los dos países y esperan poder dar lugar a un debate en profundidad, especialmente con más representantes de la sociedad japonesa.

### **Análisis**

Tras la exitosa celebración del Año Dual España-Japón, es momento de preguntarnos por el próximo paso para promover las relaciones entre las sociedades española y japonesa. Este ejercicio se realiza en el marco de la Asociación para la paz, el crecimiento y la innovación, que, sobre la base de la excelente sintonía política existente entre las autoridades de ambos países y una tupida red de intereses y valores compartidos, aspira a ampliar y reforzar la relación bilateral hasta la celebración del 150 aniversario del Tratado hispano-japonés de Amistad, Comercio y Navegación en 2018. Teniendo en cuenta que los motivos conmemorativos gozan de una gran popularidad y aceptación en Japón, esta efeméride deberá servir, al igual que lo ha hecho el Año Dual, para estrechar, de forma significativa, los lazos entre los dos países.

A pesar de la innegable intensificación de los vínculos entre España y Japón en los últimos años, quienes siguen la relación bilateral suelen llamar la atención sobre la existencia de múltiples potencialidades que no se están materializando. No estamos cooperando todo lo que deberíamos y esto se debe a una serie de factores interrelacionados, que se pueden sintetizar en falta de interés, de información y de medios. Muchos de los actores de ambos países que podrían colaborar entre sí con indudables beneficios, no exploran esta posibilidad porque desconocen las ventajas que les reportaría, o desisten inmediatamente abrumados por obstáculos reales e imaginados. El presente texto pretende contribuir a superar estas dificultades articulando una serie de reflexiones planteadas desde múltiples ámbitos de la sociedad civil para dinamizar la interacción entre los dos países, especialmente en materia empresarial, científico-tecnológica, educativa, cultural, y turística. Dadas las diferencias entre estas áreas, las recomendaciones se irán presentando de forma separada para cada una de ellas. En cualquier caso, se detectan inquietudes comunes que serían: mayor receptividad de las instituciones públicas a la demanda social, más información y evaluación de las iniciativas públicas, mayor coordinación, más acciones transversales, y más intercambios personales con vocación de dar lugar a relaciones duraderas.

### ***Relaciones empresariales***

Estamos en un contexto potencialmente positivo para plantear una intensificación de los vínculos empresariales entre España y Japón: la balanza comercial bilateral se está equilibrando, en parte gracias al ascenso y la diversificación de las ventas españolas a Japón; las empresas japonesas se están interesando por desarrollos y procesos tecnológicos españoles como nunca antes; y hay una creciente disposición por parte de empresas de ambos países por aliarse o participar conjuntamente en proyectos en terceros mercados.

En relación a las exportaciones y las inversiones españolas a Japón, un impedimento evidente son las múltiples barreras de entrada a dicho mercado, ya sea por restricciones fitosanitarias, que afectan a nuestro sector agroalimentario, o barreras regulatorias que impiden el acceso a ámbitos como la contratación pública y el mercado de servicios, en los que destacan grandes multinacionales españolas. Por tanto, sería excelente impulsar el Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Japón para lograr avances sustanciales en estos aspectos.

A pesar de estos inconvenientes, existen oportunidades significativas para aumentar las ventas españolas en Japón en sectores como componentes de automoción, tratamiento de aguas, *smart cities*, hábitat, energías alternativas, moda, calzado, vinos, aceite de oliva, pescado, cárnicos, fármacos y, en general, todos los productos que puedan identificarse como atractivos para una población que envejece rápidamente. Para poder aprovechar estas oportunidades, el primer paso sería que las empresas españolas estuviesen dispuestas a asumir el reto del mercado nipón, y no lo descartasen directamente por su dificultad.

A esto ayudaría un mayor conocimiento del mercado y del tejido empresarial japoneses, para lo que desde el ámbito empresarial se demanda una mayor colaboración de universidades y escuelas de negocios para ofrecer formación *in company*. En este esfuerzo por ampliar la formación de los actores empresariales españoles, debería explorarse más la posibilidad de que empleados de empresas españolas participasen en el *Executive Training Programme in Japan* que financia la Comisión Europea. Además, la difusión de las historias de éxito de empresas españolas que están obteniendo resultados muy notables en Japón, como Lladró, Loewe, Adolfo Domínguez, Inditex, Mango, Bodegas Félix Solís, Freixenet y Torres, podría servir de estímulo para otras empresas. Una lección que se puede extraer de su experiencia es que la calidad y la constancia resultan imprescindibles para abrirse camino en el mercado japonés. Los japoneses son consumidores muy exigentes que privilegian las marcas y los productos que prestigian socialmente, por lo que deben buscarse nichos en ese segmento del mercado. Esto será más sencillo si se consiguiese proyectar una imagen de los productos españoles más próxima a la que disfrutaban franceses e italianos en sectores que ocupan a la mayor parte de las empresas españolas que exportan al mercado japonés: alimentación, moda y hábitat. Marca España debe seguir trabajando en esta línea. Pero contar con un producto de calidad, real y percibida, no es suficiente, pues el mercado japonés tiene una idiosincrasia bastante compleja en términos regulativos, de marketing, etc., que generalmente obliga a tener socios locales, y contactos habituales y directos con dichos socios, los clientes, los distribuidores y los consumidores locales. Una vez que se establecen estas relaciones a largo plazo, el retorno es muy alto, pero es una forma de proceder que queda fuera del alcance de empresas que no estén dispuestas a asumir un esfuerzo inicial importante para entrar en Japón.

La colaboración entre empresas españolas y japonesas estará cada vez más orientada a terceros mercados, no solo de América Latina y Asia, sino también de África. Esto se debe a que hay un número creciente de empresas niponas conscientes del alto nivel de tecnificación y de la larga experiencia de la empresa española en varios sectores y países; a que dichas empresas y proveedores ofrecen, además de su excelencia tecnológica y *know how*, excelentes condiciones de crédito para la empresa española; y al fuerte ascendente político que ejerce Japón en numerosos lugares del mundo. Además, estas iniciativas privadas se ven facilitadas desde octubre de 2013 por dos memorandos de entendimiento, uno firmado entre el ICO y el JBIC para financiar operaciones conjuntas, y el otro entre ICEX y JETRO para compartir información y experiencia con empresas japonesas y españolas que busquen entrar en América Latina y Asia. Todo ello hace muy atractiva la posibilidad de formar consorcios en los que participen empresas españolas y japonesas para presentar proyectos u ofertas competitivas, especialmente en los sectores de energía e infraestructuras. Estas iniciativas ya están comenzando a dar frutos como las asociaciones de Mitsubishi Corporation con Acciona y con el Grupo TCB.

Otras iniciativas públicas provechosas para las empresas que quieren abordar el mercado japonés o colaborar con empresas japonesas en terceros mercados serían una mayor difusión de los diversos instrumentos de apoyo existentes y acciones que ayuden a las empresas en su búsqueda de socios japoneses. Habría que extender, especialmente entre las empresas medianas españolas, la información sobre los mecanismos de fomento a la internacionalización a los que pueden acceder, incluyendo los disponibles a través de la UE y los orientados a facilitar la cooperación entre empresas españolas y japonesas. En relación a estos últimos, habría que reforzarlos con vistas a superar las dificultades provocadas por las diferencias en términos de áreas de negocio y de tamaño entre las empresas españolas y japonesas atraídas por el otro mercado, o fundamentalmente de tamaño entre las interesadas en acometer terceros mercados conjuntamente. En este sentido, la reciente reactivación del Comité Empresarial Hispano-Japonés es una excelente noticia, como también lo sería una intensificación de los contactos entre la Oficina Económica y Comercial de Tokio con las instituciones públicas y empresariales japonesas, y la creación de una cámara de comercio bilateral que aglutinaría a los actores empresariales españoles y japoneses interesados en la relación bilateral, ahora dispersos en diferentes asociaciones, lo que agudizaría sensiblemente su capacidad de influencia.

A la hora de atraer inversión japonesa a España, de entrada sería deseable dar muestra de una mayor seguridad jurídica. Este asunto tiene una especial incidencia en las decisiones de los inversores japoneses, que son tremendamente conservadores en sus movimientos empresariales. También habría que reducir la burocratización del ambiente regulatorio para la actividad empresarial, que es nuestro principal talón de Aquiles. Otra iniciativa más específica para atraer inversión japonesa, sería una mayor coordinación entre las diferentes

administraciones públicas inmersas en esta tarea, como la Secretaría de Estado de Comercio, la Generalitat de Cataluña y el Ayuntamiento de Madrid, y entre estos organismos públicos y actores privados, como asociaciones empresariales o directivos en España de las empresas japonesas.

### *Relaciones científico-tecnológicas*

El excelente posicionamiento de Japón en todos los *rankings* científicos y tecnológicos internacionales evidencia los potenciales beneficios que se derivarían para España de una mayor cooperación con este país en dichos ámbitos. El nivel científico y tecnológico de Japón es mucho más elevado que el nuestro, al igual que el volumen de sus inversiones en estas áreas y que el número de sus empresas que realizan investigación y desarrollo. El sistema científico y tecnológico japonés puede servir de referencia en varios aspectos tanto para los planificadores de la actividad en I+D+i en España (en particular su esquema para seleccionar países y temas a la hora de establecer convenios internacionales, que parte de un análisis estratégico e incluye mecanismos de seguimiento y evaluación precisos), como para las empresas. El sector privado español haría muy bien en tomar ejemplo de los departamentos de innovación y generación de nuevos negocios de las empresas japonesas, que poseen una larga tradición de colaboración con investigadores de instituciones públicas y privadas, financiando proyectos a medio y largo plazo. Hay empresas japonesas que ya están haciendo esto en España, como Fujitsu, que ha creado una cátedra de patrocinio junto a la Universidad Autónoma de Madrid. Las empresas españolas deben dar un paso al frente en este sentido y no ser tan reticentes a desarrollar tecnología propia y a establecer relaciones que no estén orientadas a conseguir resultados inmediatos.

Teniendo en cuenta las prioridades identificadas por la *Comprehensive Strategy on Science, Technology and Innovation* del Japón, las fortalezas del sistema científico y tecnológico español, y los desafíos que enfrentan ambas sociedades, las áreas temáticas que podrían ser más propicias para materializar la colaboración científica y tecnológica bilateral serían: nuevos materiales y nanotecnologías, especialmente las orientadas a medicina, medio ambiente, energía e infraestructuras; robótica, inteligencia artificial y sistemas expertos; biotecnología, sobre todo la relacionada con los trasplantes y la biotecnología alimentaria; envejecimiento, tanto en sus aspectos biomédicos como sociales; seguridad y descontaminación nuclear; coche eléctrico; y tecnología de fusión. Además, habría que favorecer los intercambios con los seis potentes campus de excelencia internacional establecidos en Japón.

Una dificultad subyacente a los intentos por reforzar la cooperación científico-tecnológica bilateral es que la parte japonesa suele infravalorar la capacidad española en este campo. Nos queda como país un gran trabajo de promoción en estas áreas. Una medida que contribuiría significativamente a esta labor, sería actualizar, clarificar y centralizar, la oferta potencialmente competitiva para mostrar en Japón de nuestras instalaciones científico-técnicas singulares, de los centros Severo Ochoa, de las universidades designadas como campus de excelencia

internacional, de los parques científico-técnicos de más peso, de los centros tecnológicos con más reconocimiento científico-técnico, o de los hospitales de referencia en temas como transplantes. Así se facilitarían acciones ventajosas para las dos partes, como el intercambio/compra de tiempo de observación para el Gran Telescopio Canarias y el Telescopio Subaru. Esta labor de promoción en Japón se verá beneficiada por la reciente creación de la Asociación de Científicos Españoles en Japón, que servirá para involucrar a los científicos españoles en esta tarea, que también se vería favorecida por el envío de un agregado científico a la embajada de España en Tokio. Esta figura ya es utilizada por varios países de nuestro entorno para dar a conocer su sistema de I+D+i de manera más eficaz que a través de un agregado cultural.

El elemento clave para impulsar la colaboración científica entre España y Japón es aumentar el número de proyectos conjuntos. A corto plazo, la medida más efectiva sería dar continuidad al programa de cooperación España-Japón en nanotecnología y nuevos materiales, que entre 2009 y 2011 contó con tres convocatorias para financiar proyectos conjuntos con una duración de tres años. Los últimos terminan ahora en 2014 y no hay perspectivas para mantenerlos, aunque muchos de ellos han dado lugar a importantes resultados. Habría que hacer una evaluación detallada de dichos proyectos y continuar financiando aquellos que han mostrado un buen rendimiento y tengan una proyección de futuro interesante. De lo contrario, se estará dejando escapar una gran oportunidad, pues se cancelan los programas justo en el momento en que se tiene el rodaje necesario en el trabajo conjunto para investigar de forma más eficiente, ya que los grupos japoneses suelen ser reacios a compartir su conocimiento, tienen un alto nivel de secretismo, y no es posible conseguir con ellos una visión de proyecto y de objetivos comunes a corto plazo. También se deberían abrir otras convocatorias similares en áreas de interés común, pero incluyendo indicadores precisos para su evaluación y previendo vías para prolongar los proyectos que cumplan con ellos. En dichas convocatorias no debería permitirse que una de las partes del proyecto pudiese modificar unilateralmente sobre la marcha los objetivos del mismo.

La intensificación de los intercambios de investigadores de ambos países, también permitiría a medio plazo elevar el número de proyectos conjuntos. Los organismos públicos de investigación y las universidades mantienen bastantes convenios con instituciones japonesas, pero en muchos de ellos carecen de recursos para activarlos. Estos intercambios nos enriquecen claramente, incluso en los campos en que nuestro nivel es similar, ya que se facilita el uso por parte de nuestros investigadores de equipamiento y materiales que en España siguen siendo de difícil acceso, como el sincrotrón, instalaciones de fusión, de resonancia magnética, etc.; y porque frecuentemente redundan en desarrollo tecnológico ya que la formación que adquieren nuestros investigadores en Japón y su contacto con empresas locales les proporcionan una visión más amplia del interés tecnológico de su investigación.

Si los centros españoles quieren colaborar con los japoneses, deben desplazarse a Japón e iniciar contactos con ellos a través de estancias de investigación, pues los japoneses que no tienen vínculos con España suelen preferir viajar a otros países. Por tanto, habría que establecer un programa de estancias cortas para investigadores *senior* y de becas pre y post-doctorales para estancias de mayor duración, hasta un año, orientadas fundamentalmente a científicos españoles. La experiencia nos dice que, una vez que los científicos japoneses conocen a los españoles, reconocen su elevado nivel de formación y, a medio plazo, son proclives a incorporarlos en sus grupos de investigación usando financiación propia, y a visitar los centros españoles con los que han iniciado su colaboración.

Un incremento en la cooperación científica y tecnológica, extendiendo el número de investigadores españoles y japoneses involucrados, implica a medio plazo una dinamización empresarial. Los investigadores están sirviendo de nexo entre empresas de ambos países, haciendo que éstas se embarquen en proyectos conjuntos, idealmente a través de consorcios mixtos. Esta participación empresarial resulta esencial para multiplicar los beneficios de dicha cooperación. El impulso y la apuesta por el I+D+i lleva aparejada la dinamización de las relaciones empresariales, especialmente si hay un diálogo entre ambos sectores para profundizar en la aplicación de la tecnología y su comercialización. Para facilitar estas relaciones entre investigadores y empresas tecnológicas de ambos países, existen varias iniciativas desde la parte española, pero que no son suficientemente conocidas, por lo que resulta prioritario multiplicar su difusión. La primera sería la *Spain Business and Technology Office*, que es la oficina de representación del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) en Japón, se encarga de prestar ayuda a las empresas españolas en la búsqueda de socios tecnológicos en Japón y ofrece información sobre las convocatorias abiertas de la *New Energy and Industrial Technology Development Organisation* (NEDO). Otro mecanismo sería el *Japan-Spain Innovation Programme for Technological Cooperation*, suscrito entre el CDTI y la NEDO. Este programa está orientado a la realización de proyectos conjuntos de desarrollo tecnológico, innovación y transferencia de tecnología entre entidades de España y Japón. A pesar de ofrecer condiciones muy atractivas, que incluyen financiación blanda y subvenciones, no reciben demasiadas solicitudes y cuentan con capacidad con financiar más proyectos de los que están apoyando actualmente. Para atraer más solicitudes sería positivo que en la página *web* del CDTI que presenta este programa en español se detallasen las condiciones preferentes de financiación existentes como ya se hace en la versión en inglés. Por último, a través de la plataforma empresarial EDIT = E (Eficiencia, Diseño, Innovación y Tecnología = España), empresas españolas se están hermanado con empresas japonesas para establecer sinergias y desarrollar proyectos conjuntos en áreas como robótica, sostenibilidad, óptica, aprovechamiento de la energía del mar, predicción de seísmos, etc.

### *Relaciones educativas*

Ampliar el conocimiento mutuo tendría un efecto multiplicador en los vínculos entre ambos países, ya que, a pesar de los importantes avances experimentados en los últimos años, el nivel de conocimiento entre ambas sociedades sigue siendo bastante limitado, especialmente en España. Esto hace que nos relacionemos mucho menos con Japón que otros países europeos. Dentro de los esfuerzos por impulsar el entendimiento mutuo, el eje central debe ser el educativo, pues ofrece las bases más sólidas para alcanzar resultados profundos y duraderos a la hora de tender puentes entre ambos países. Aquí hay que apostar fundamentalmente por la enseñanza del idioma, por la formación de profesionales especializados y por los más jóvenes.

La demanda de conocimiento especializado sobre Japón y de enseñanza de la lengua japonesa ha crecido exponencialmente en España en los últimos años, sin que haya habido un aumento equivalente en el número de profesionales cualificados para satisfacerla. Esto puede suplirse parcialmente a través del desarrollo de más programas de *e-learning* y de una mayor difusión y elaboración de material audiovisual, por ejemplo, a través de un curso de japonés emitido por NHK World, el canal internacional de la televisión pública japonesa. Pero estas medidas en sí mismas tendrían una eficacia muy limitada, de ahí que la iniciativa más urgente a tomar en España sea la formación de profesionales especializados capaces de servir de correa de transmisión del conocimiento sobre Japón al conjunto de la sociedad. Esto debería hacerse mediante un plan de acción definido, identificando cuáles son los perfiles prioritarios y poniendo más énfasis en una perspectiva cualitativa que cuantitativa, pues el número de expertos tiene que ser proporcional al de las oportunidades laborales existentes. Entre los perfiles cuyo desarrollo es más acuciante están profesores de lengua, “japonólogos” y traductores e intérpretes.

En la enseñanza de la lengua el principal problema en ambos países es la falta de personal suficientemente cualificado para atender la pujante demanda existente de aprendizaje del otro idioma. En España hay actualmente unas 5.000 personas estudiando japonés, un 22% más que en 2009 y un 44% más que en 2006. Una vez superados los cursos para principiantes, muchos estudiantes comprueban que no pueden seguir perfeccionando sus conocimientos, pues apenas existen cursos de nivel avanzado. Incluso en los planes de estudio de los títulos universitarios oficiales en estudios japoneses la presencia de la lengua resulta insuficiente. Por ello, habría que poner el acento en la formación de profesorado, para lo que se requieren cursos especializados y fomentar los programas de intercambio entre ambos países. El Instituto Cervantes y la Fundación Japón podrían colaborar con las universidades locales y con otros organismos especializados, como el Centro Cultural Hispano Japonés, para desarrollar este tipo de propuestas. También habría que ofertar el japonés en más escuelas de idiomas de las que actualmente lo enseñan. Esto permitiría, en relativamente poco tiempo, desarrollar exponencialmente el número de docentes con el nivel adecuado para realizar su

labor con garantías.

En el ámbito universitario en Japón hay una mayor tradición y un mayor número de centros dedicados a la investigación, enseñanza, y difusión de la lengua y cultura españolas. Valgan de ejemplo sus 240 universidades que imparten clases de español, de las cuales 19 cuentan con un departamento de español propio, mientras que en España no existe ningún departamento de estas características, ni siquiera para el estudio de Asia Oriental en su conjunto, lo que supone una anomalía en el contexto europeo. Es decir, mientras en Japón habría que reflexionar sobre qué mecanismos hay que articular para que el número de universidades que ofertan español se acercase a las más de 500 que ofertan cursos de francés o alemán, como incluir el español dentro de los idiomas optativos en el examen de acceso a la universidad o reconocer la certificación oficial DELE como créditos de libre elección, en España habría que consolidar los escasos centros existentes con una mayor trayectoria en la enseñanza de los estudios japoneses y potenciar la cooperación entre ellos y con sus homólogos japoneses. De lo contrario será extremadamente complicado que puedan desarrollarse programas de doctorado y proyectos de investigación que eleven el nivel de conocimiento existente en nuestro país.

Para posibilitar la formación de estos especialistas y el desarrollo de los estudios japoneses en España son necesarias estancias de estudio y de investigación, intercambios de estudiantes y profesores, y programas de prácticas en instituciones japonesas. Dichas estancias serían de duración variable, pero algunos de los programas orientados a la formación tendrían que ser de larga duración y contar con cursos intensivos de idioma. En cuanto a los programas de intercambio de profesores resulta especialmente apremiante la llegada de especialistas en estudios japoneses para impulsar el incipiente panorama de esta área de conocimiento en España. Además, hay que reformar los planes de estudio existente en estudios japoneses para dar más protagonismo a la enseñanza de la lengua. De lo contrario, los graduados en estos estudios especializados no tendrán un nivel de idioma suficiente para profundizar en el estudio y la investigación sobre Japón en japonés.

Más allá de algunos obstáculos administrativos en los que ya se está trabajando, como alcanzar un acuerdo para el reconocimiento de créditos entre universidades españolas y japonesas o agilizar y dar un servicio más profesionalizado en la tramitación de visados, el principal impedimento a la movilidad de estudiantes, profesores e investigadores es la falta de medios. Cualquier propuesta para crear consorcios de investigación o redes para fomentar la movilidad debe tener esto presente y plantearse fuentes de financiación. Por consiguiente, además de aumentar la difusión de la información que ya anuncia la Embajada del Japón en España sobre diversas becas y opciones de intercambio que ofrecen instituciones públicas y privadas japonesas, habría que incrementar dichas oportunidades, especialmente por la parte española. En este sentido sería deseable que una o varias de las empresas españolas con mayor implantación en Japón pudiesen

financiar un programa de becas para estudiantes e investigadores españoles cuya estancia en Japón contribuyese a un mayor conocimiento mutuo, porque fuesen a continuar su formación en lengua y cultura japonesa, o a investigar sobre estas cuestiones o sobre algún aspecto de las relaciones entre ambos países; o una cátedra para que especialistas en estudios japoneses pudiesen venir a España a reforzar la docencia y la investigación en este campo.

Para intensificar la cooperación educativa en general sería interesante plantearse la creación de una consejería de educación en la Embajada de España en Japón, pues la dependencia de la consejería de educación en Pekín resta posibilidades en este sector. Esta figura podría promocionar más eficazmente el sector educativo español en Japón. Un área especialmente significativa es el de las escuelas de negocios, debido a sus evidentes sinergias con otras dimensiones de la relación bilateral, como la empresarial, a su alto nivel de excelencia, y al interés que muestra la parte japonesa por la experiencia de internacionalización de las escuelas de negocios españolas.

Con unos resultados a más largo plazo, habría que plantear iniciativas orientadas al sector infantil y juvenil, ya que ellos son el futuro de la relación y llegarán con mucha más motivación al aprendizaje de la lengua y la cultura japonesas y españolas si éste se asocia a una experiencia vital. Ellos podrían estrechar los lazos entre las sociedades de ambos países hasta un punto difícil de imaginar hoy en día. Para los más pequeños, sería deseable aumentar los proyectos de educación intercultural como la Escuela de Bambú de Casa Asia. En el ámbito de la secundaria y el bachillerato habría que dar más difusión a las becas y a los programas de intercambio existentes, ofrecidos fundamentalmente por la parte japonesa, y ampliarlos en la medida de lo posible, especialmente por la parte española. En este sentido, sería especialmente beneficioso fomentar proyectos orientados al intercambio de alumnos y profesores entre las escuelas de secundaria japonesas que ofrecen español como asignatura optativa, unas 150 y en rápido crecimiento, y centros de secundaria españoles. En España, habría que promover la oferta de japonés como lengua extranjera optativa en la enseñanza secundaria y el bachillerato, pues hasta el momento no se ofrece esta posibilidad en ningún centro. Estos institutos serían contrapartes excelentes de los japoneses en los que ya se imparte español para multiplicar los contactos personales entre ambos países. La Fundación Japón también podría jugar un papel muy importante en este sentido, extendiendo sus actividades hacia un grupo de edad en el que la demanda de enseñanza de japonés es significativa y en rápido crecimiento. Otra sugerencia que impulsaría los intercambios entre los jóvenes de ambos países sería la puesta en marcha de un programa de *working holidays* como los que Japón ya mantiene con seis países europeos.

### *Relaciones culturales*

Aunque la enseñanza de la lengua y el desarrollo del conocimiento especializado son prioritarios, no debemos obviar la promoción cultural, pues promocionar una cultura es promocionar una sociedad, de ahí que este campo tenga implicaciones evidentes sobre otras dimensiones, como el turismo y el comercio. Además, este es un ámbito especialmente abonado para intensificar la cooperación debido a la gran y creciente demanda existente por la población de ambos países.

Dado que la cultura puede servir de facilitador del estrechamiento de las relaciones integrales entre ambos países, la programación cultural que se apoya desde las instituciones públicas debería estar definida de manera estratégica (con objetivos, medios y sistemas de seguimiento precisos) y no supeditada al criterio individual del gestor de turno. A la hora de identificar qué manifestaciones culturales merecen un mayor respaldo por parte de los poderes públicos, hay que contar más con la opinión del receptor. No debemos exportar la cultura que nos parece más interesante a nosotros, sino la que es más interesante para el destinatario. De lo contrario, caeremos en el error de proyectar siempre la misma imagen, independientemente de nuestro interlocutor, y no satisfaremos su demanda real, mientras que otros países sí que adaptan mejor su oferta a diferentes públicos y, por consiguiente, logran transmitir una mejor imagen. Para cambiar esta dinámica hay que recabar la opinión de agentes culturales locales solventes, con los que deben intensificarse los contactos desde las instituciones públicas, que luego deben atreverse a seguir sus recomendaciones, dentro de un marco realista y sostenible. Esto probablemente llevaría a diversificar más la oferta cultural que se proyecta actualmente, introduciendo manifestaciones más innovadoras y atrevidas y dotando de mayor presencia a la cultura popular. También habría que ser más proclive a usar nuevas tecnologías para hacer difusión cultural y transmitir la cultura, no sólo para informar de los actos sino también para compartir su vivencia a través de las redes sociales, con fotos, videos, opiniones, etc. Una experiencia muy interesante, que podrían replicar grandes museos españoles, es la que está realizando el Museo del Louvre con una compañía japonesa para mostrar una pequeña parte de su colección en Tokio e incorporar nuevas tecnologías a sus exposiciones para enriquecer la experiencia del visitante.

Por otro lado, más allá de difundir las manifestaciones culturales propias también hay que promover los procesos de creación conjuntos. Esto contribuiría a crear vínculos entre creadores de ambos países que podrían cristalizar en intercambios más duraderos y no en una mera actividad puntual. Un campo con inmensas posibilidades sería el culinario, pues la popularidad de la gastronomía española en Japón y de la japonesa en España está floreciendo a un ritmo vertiginoso y las actuaciones en esta área suponen un gasto bastante ajustado. Otro ejemplo más costoso, pero con gran visibilidad, sería co-producir entre entidades de ambos países un documental o alguna serie de ficción sobre sus vínculos históricos.

Una mayor colaboración y coordinación entre los diferentes agentes culturales

públicos y privados también ayudaría a dinamizar los intercambios culturales entre ambos países. Esto no implica necesariamente incrementar las subvenciones, sino más apoyo institucional y visibilidad, que facilitaría los contactos entre los actores culturales de ambos países y daría más difusión a sus actuaciones. Por ejemplo, la Fundación Japón cuenta con un generoso programa de ayudas a la traducción de textos japoneses al español. Sin embargo, un gran número de editoriales españolas siguen publicando libros japoneses a través de traducciones indirectas desde el inglés o el francés. Sería buena idea reconocer el mérito de las editoriales españolas, frecuentemente pequeñas, que hacen el esfuerzo de publicar directamente desde el japonés por medio de un premio, sin cuantía económica, que ayudaría a concienciar al resto de las editoriales de que ese es el camino correcto; o mediante un premio a la traducción literaria del japonés al español; o concediendo por primera vez el Premio Nacional a la mejor traducción a la traducción de una obra japonesa. Otro ejemplo práctico sería que los organismos públicos dedicados a la propagación de la cultura japonesa y española incluyesen en sus medios de difusión (páginas *web*, listas de correo, redes sociales, folletos informativos, etc.) información sobre actos que no patrocinan directamente, pero que contribuyen a mejorar el conocimiento mutuo entre España y Japón.

A pesar de su innegable relevancia, la enseñanza de idioma no es suficiente para disipar los estereotipos culturales, por lo que, aun siendo conscientes de los reducidos medios con los que cuentan, sería deseable que las instituciones tradicionalmente dedicadas a la difusión de la lengua y cultura japonesa en España, y sus contrapartes españolas en Japón, pudiesen realizar más actividades de promoción cultural, especialmente fuera de su radio de acción tradicional. Esto conllevaría salir de Barcelona, Madrid y Salamanca en España, y de las áreas metropolitanas de Tokio y Osaka en Japón.

### *Relaciones turísticas*

La falta de conexiones aéreas directas es identificada de forma unánime por los diferentes actores turísticos como la principal barrera para incrementar los flujos turísticos entre España y Japón. España es el único destino europeo de relevancia que no cuenta con vuelos directos entre ambos países, lo que contrasta con los 55 vuelos semanales de Francia, los 49 de Alemania, los 35 del Reino Unido y los 15 de Italia. A pesar de este enorme hándicap, España se ha convertido en el tercer destino europeo favorito de los japoneses, tras Alemania y Francia. Un total de 374.000 turistas japoneses visitaron nuestro país en 2013, lo que supuso un máximo histórico, y las perspectivas para este año apuntan a que se establecerá un nuevo récord. Sin embargo, mientras no existan conexiones aéreas directas entre los dos países el margen de crecimiento seguirá estando muy limitado. Por ello, es prioritario revertir esta situación, para lo que se podría reforzar la imagen de España como destino puente entre Japón y Sudamérica, especialmente hacia Brasil y Argentina.

El aumento del número de turistas españoles que visitan Japón también contribuiría al establecimiento de vuelos directos entre ambos países. En este sentido, es evidente que aún queda bastante por hacer para promocionar Japón como destino turístico en España, siendo este uno de los factores que están detrás de la enorme asimetría en los flujos turísticos bilaterales. La brecha demográfica y de poder adquisitivo entre los dos países no es suficiente para explicar que el número de turistas españoles que visita Japón, unos 40.000 anuales, sea nueve veces menor que el de los turistas nipones que hacen el trayecto inverso. Para revertir esta situación, desde la óptica de los operadores turísticos españoles se plantea que los organismos de promoción turística japoneses podrían aumentar su oferta de información turística en español y mostrar una mayor iniciativa a la hora de contactar con ellos. Además, un convenio entre Visit Japan y TURESPAÑA daría lugar a acciones conjuntas que aumentarían sustancialmente la visibilidad de Japón entre los turistas españoles.

Una mayor presencia de empresas turísticas españolas en Japón, que es prácticamente inexistente en la actualidad, también contribuiría a dinamizar el turismo entre ambos países. Lo primero que hay que plantearse es si las empresas españolas tienen interés en incrementar su presencia en Japón. Si la respuesta fuese positiva, habría que comenzar por estudiar el mercado y fijarse unos objetivos realistas que a medio plazo permitieran desarrollar una actividad constante y creciente. Más evidente es la demanda de las empresas turísticas españolas de potenciar su colaboración con empresas japonesas. Por ejemplo, la industria receptiva española manifiesta dificultades para comercializar sus productos en Japón y los *touropedores* españoles para encontrar allí receptivos fiables con servicios adaptados a las necesidades del turista español (idioma, comida, atención, etc.). Por ello, sería especialmente productivo que las instituciones públicas faciliten a las empresas españolas los canales de comunicación que mantienen con empresas e instituciones japonesas, a través de iniciativas como fomentar más acciones B2B entre empresas de ambos países. Un ejemplo sería la organización por parte de TURESPAÑA de unas jornadas directas de apoyo a la comercialización turística en Japón.

Desde la perspectiva del sector turístico español, en el caso de Japón no se trata tanto de promocionar el destino como de comercializar productos concretos. La industria turística receptiva en su conjunto debería adaptar más su producto a las especificidades del turista japonés. Los receptivos españoles podrían incrementar su oferta, pues se percibe la existencia de una demanda que no está siendo convenientemente atendida, y comercializar nuevos paquetes, que podrían ser temáticos (gastronómico, monumental, etnográfico, deportivo, etc.) o dirigidos a diferentes turistas-objetivo en función de su edad, poder adquisitivo, etc. Además, habría que ofrecer un mayor número de servicios en japonés, y más adaptados a los usos y costumbres del turista nipón.

En esta línea, una buena parte del trabajo de los poderes públicos debería dirigirse a facilitar la adaptación de la industria turística local al mercado japonés, sobre todo mediante la transferencia de conocimiento. Por ejemplo, los organismos públicos podrían profundizar en el análisis de las características del viajero japonés y en la difusión de dicha información a la oferta turística local, pues si ésta no conoce sus demandas reales le resultará mucho más complejo ofrecerle productos atractivos.

A la hora de lanzar estas medidas públicas de dinamización del turismo japonés, es necesario elaborar planes y programas específicos, que no se limiten a reproducir las medidas adoptadas en relación a los mercados turísticos tradicionales. Hasta ahora las iniciativas más exitosas en este sentido han sido los “planes Japón” realizados por la Generalitat de Cataluña y el Ayuntamiento de Madrid, que han puesto énfasis en la seguridad, en la traducción de información turística al japonés y en la formación específica para la atención al turista nipón. En estos lugares ya se ha hecho un importante esfuerzo de adaptación a la idiosincrasia de los viajeros japoneses, por lo que ahora procede hacer una labor de seguimiento y comunicación de dichas transformaciones. Podemos ilustrar este punto con el tema de la seguridad en la ciudad de Madrid. Según Eurostat, Madrid es la segunda capital europea más segura de Europa, pero muchos japoneses perciben España como un país inseguro. También están teniendo un impacto muy positivo medidas más puntuales con propuestas turísticas específicas para el visitante japonés, como la posibilidad de plantar un cerezo, que es su árbol nacional, en lugares como Toledo y Mijas, o de conocer aspectos históricos de las relaciones hispano-japonesas en municipios como Coria del Río y Espartinas.

A la hora de promocionar España en Japón debería potenciarse más la creación y difusión de material audiovisual de un corte menos institucionalizado. Esto podría hacerse con formatos y a través de medios más tradicionales, como *realities* en televisión en los que se muestren las experiencias de turistas japoneses en España, con material elaborado por los propios turistas japoneses que visitan nuestro país y que se difunde a través de Internet, en las redes sociales, *blogs*, etc. Esta iniciativa podría materializarse mediante contactos con canales y productoras japonesas, la celebración de concursos, de viajes promocionales, etc.

## **Conclusiones**

Las ideas recogidas en este documento aspiran a ser de algún provecho para los actores públicos y privados que protagonizan las relaciones hispano-japonesas, ya sea porque tuviesen a bien implementarlas o, al menos, como referencia para un debate más profundo. Este trabajo sería especialmente productivo si sirviese de inspiración para un análisis bilateral más detallado, que pudiese dar lugar a acuerdos sectoriales, donde ambas partes estableciesen conjuntamente prioridades, diseñasen medidas para alcanzarlas y comprometiesen medios para aplicar dichas medidas. Este tipo de acuerdos podrían activar respuestas mucho más concretas entre los poderes públicos y las sociedades de ambos países que un documento como el que nos ocupa. En cualquier caso, más allá del recorrido que

finalmente puedan tener las reflexiones expresadas en este texto, consideramos que este ejercicio era necesario en sí mismo como caja de resonancia de una sociedad española que está deseando estrechar sus vínculos con el pueblo japonés.