

Somos *Tomodachi*

Verano de 2017

GLOBAL SUMMIT OF WOMEN 2017

Tokyo, Japan



El profesor Jeffrey D. Sachs:
Liderazgo e inspiración de Japón en
el desarrollo sostenible

Enfoque:
Enarbolando el anuncio
del libre comercio

El primer ministro Abe:
Acogiendo a nuevos amigos y
una mayor solidaridad con el G7



Gobierno de Japón



JAPAN GOV - EL GOBIERNO DE JAPÓN

Sitio web

JapanGov (<http://www.japan.go.jp>), el portal web oficial del Gobierno de Japón, contiene vídeos y otros contenidos para tenerle informado sobre varias iniciativas, como el programa Abenomics para reactivar la economía japonesa, las medidas del Womenomics para desatar el potencial de las mujeres y las contribuciones del país en el extranjero. El sitio web también ofrece ediciones digitales anteriores de “Somos *Tomodachi*” desde invierno de 2013.

“We Are Tomodachi”

Nuevo

El sitio web de “We Are *Tomodachi*” ha sido totalmente renovado y se ha mejorado su visualización. Para facilitar la navegación en el sitio, los contenidos pueden ahora buscarse por categorías como “Featured Articles” o “Friends of Japan”, así como por el país del que trate el artículo o también por el año.



Revitalización regional

Nuevo

También hemos añadido una nueva página sobre la revitalización regional. Esta página muestra los diversos atractivos de cada región, como destinos para la inversión y el turismo, a través de una variedad de vídeos. Les invitamos a descubrir la región que más interesante les resulte.



También puede seguir las cuentas oficiales de JapanGov en las redes sociales para obtener las últimas novedades en sus propios dispositivos.

 www.facebook.com/JapanGov

 <https://twitter.com/JapanGov>
<https://twitter.com/Japan>

 [JapanGov](https://plus.google.com/+JapanGov)

App

Descargue la aplicación gratuita oficial de JapanGov para disfrutar fácilmente de toda la información del sitio web de JapanGov, incluyendo las ediciones digitales de “Somos *Tomodachi*” en cualquier lugar.

- **Información actualizada:** obtenga notificaciones *push* sobre los nuevos contenidos y lo más leído.
- **Guárdelo para más adelante:** marque sus contenidos favoritos para verlos cuando acceda a la página.
- **Revistas gratuitas:** lea las publicaciones *online* del Gobierno de Japón.



Puede descargar la aplicación de JapanGov en las siguientes tiendas.



Busque la aplicación utilizando el término JapanGov.



Índice de contenidos

Somos *Tomodachi*

Verano de 2017

Enfoque:

Enarblando el anuncio del libre comercio

El libre comercio y las inversiones globales crean relaciones transfronterizas — 8 de beneficios mutuos

Los fabricantes de automóviles extranjeros — 10 realizan rápidos avances en Japón

Japón estimula las exportaciones con la estrategia de una “agricultura agresiva” — 12



Esto es Japón — 4
Fiestas populares de Miyagi

El profesor Jeffrey D. Sachs: Liderazgo e inspiración de Japón en el desarrollo sostenible — 6



P. 6

Momentos del primer ministro Abe — 14

El primer ministro Abe: Acogiendo a nuevos amigos y una mayor solidaridad con el G7 — 16



P. 14

El sistema de puntos tiene por objetivo atraer talento extranjero a Japón — 18

Acogiendo la Copa del Mundo de Rugby™ en Asia por primera vez — 20



P. 22

La cultura japonesa cobra vida en el Japan House de São Paulo — 22

El poder de la innovación — 24
Las células iPS ofrecen nuevas esperanzas en la lucha contra las enfermedades oculares



P. 26

Esto es Japón — 26
Descubra Miyagi

Japoneses que contribuyen en otras partes del mundo

Ayudando a las mujeres emprendedoras a prosperar, desde Silicon Valley hasta más allá — 28

Okigusuri: un enfoque japonés para un mejor acceso a la medicina en África — 30



P. 30

Amigos de Japón — 32
Tejiendo para unir el mundo

El programa JET — 34
Construyendo un puente cultural entre Japón y Rusia



P. 34

Portada: El primer ministro Shinzō Abe habló en la ceremonia inaugural de la Cumbre Mundial de Mujeres 2017, que se celebró en Japón por primera vez. Este evento reunió a más de 1.300 mujeres líderes de la política y de actividades empresariales de todo el mundo. El primer ministro Abe concluyó su discurso con un importante mensaje: “Para crear una sociedad en la que todas las mujeres puedan brillar, aprendamos y trabajemos juntos para cambiar el mundo”. (Mayo de 2017)

“Somos *Tomodachi*” es una revista publicada con el objetivo de ayudar a las personas a profundizar en su entendimiento de las iniciativas del Gobierno de Japón y de los encantos del país. “Somos *Tomodachi*”, el título de la revista, significa “somos amigos”, y expresa que Japón es amigo de los países del mundo, un amigo que cooperará y crecerá junto a ellos.

Nota: la equivalencia de dólares estadounidenses con yenes utilizada en este número se calculó con el cambio de 112 yenes por dólar, valor aproximado en el momento de la publicación.

© Copyright 2017 Oficina del gabinete del Gobierno de Japón. Ninguno de los artículos debe ser reproducido total o parcialmente sin el permiso expreso de la Oficina del gabinete. Todas las solicitudes deben realizarse a través del formulario disponible aquí: https://www.kantei.go.jp/foreign/forms/comment_ssl.html

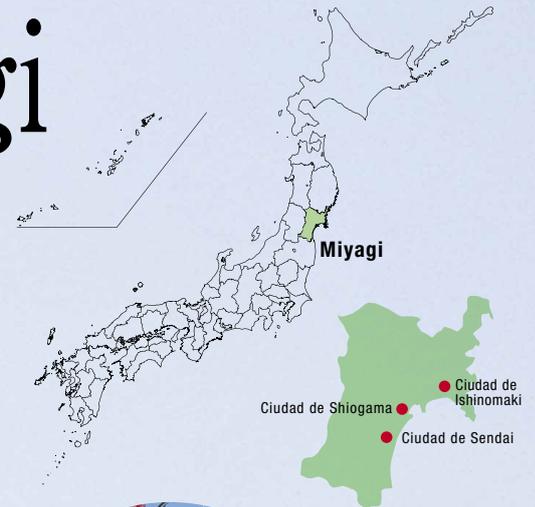
Esto es Japón

COMER
VISITAR
INVERTIR

Fiestas populares de Miyagi

En todo Japón, se celebran cada año innumerables fiestas populares, grandes y pequeñas, conocidas como *matsuri*. Se estima que el número de eventos alcanza un número de entre 100.000 y 300.000.

Aquí en la prefectura de Miyagi, existe una larga historia y tradición en cuanto a la celebración de una amplia gama de fiestas populares.



Fuegos artificiales de inauguración de las fiestas del río Ishinomaki — 1 de agosto de 2017

Alrededor de 6.000 fuegos artificiales iluminarán el cielo de estas fiestas en 2017. Estas fiestas comenzaron como muestra de gratitud del pueblo por las bendiciones que reciben del río y para honrar a sus antepasados, y se han venido celebrando todos los años durante los últimos 90 años, incluso cuando se han producido desastres naturales.



Fiesta de Tanabata de Sendai — del 6 al 8 de agosto de 2017

Esta tradicional celebración veraniega es una de las "Tres Grandes Fiestas Populares" de la región de Tōhoku. Las fiestas populares de Sendai para celebrar el Tanabata, o Festividad de las Estrellas, se caracterizan por las coloridas decoraciones de bambú que alegran las galerías comerciales de la ciudad, deleitando a los dos millones de visitantes que vienen de todo Japón para ver esta celebración.





Fiesta del puerto de Shioyama — 17 de julio de 2017

La celebración de esta festividad comenzó en 1948 con la esperanza de regenerar la industria local y traer el bienestar a la gente después de la guerra. Desde el Gran Terremoto del Este de Japón de marzo de 2011, se ha venido celebrando adicionalmente con el deseo de que las almas de las víctimas puedan descansar en paz y para rezar por una pronta recuperación de la región. Es una de las tres festividades de barcos más importantes de Japón, durante la cual se cargan en barcos diferentes *mikoshi* (santuarios portátiles) traídos de dos santuarios sintoístas, y estos *mikoshi* lucen, en procesión, alrededor del puerto con hasta 100 buques en una espectacular excursión marítima.

El profesor Jeffrey D. Sachs: Liderazgo e inspiración de Japón en el desarrollo sostenible

Este artículo fue aportado en inglés: http://www.japan.go.jp/tomodachi/2017/summer2017/professor_jeffrey_D_Sachs.html

Se puede decir que Japón es el gran maestro mundial del desarrollo económico moderno. En la segunda mitad del siglo XIX, Japón se defendió del dominio colonial adoptando una economía moderna basada en el mercado, construida sobre una tecnología avanzada y un crecimiento impulsado por las exportaciones. La justamente reconocida Restauración Meiji de 1868 proporcionó un plan para el desarrollo económico que innumerables países podían seguir. Es una tradición que Japón mantiene hasta nuestros días, como líder mundial en tecnología sostenible y como socio de países de todo el mundo con el objetivo de poner fin a la pobreza, lograr altos niveles de bienestar y garantizar la seguridad de los seres humanos.

A finales del siglo XIX Japón se convirtió en la primera economía industrial de Asia gracias a la unidad nacional, a un liderazgo visionario y al trabajo duro. Cuando las potencias europeas amenazaron la soberanía de Japón a mediados del siglo XIX, los líderes con visión de futuro instituyeron una admirable política de modernización que comenzó en 1868. Japón adoptó ilustremente las “mejores prácticas” del extranjero a través de una destacable misión de estudio mundial y también protegió su singular y respetable cultura. De este modo, la reforma económica y la recuperación de Japón se basaron en los valores nacionales y en las mejores prácticas internacionales.

Las lecciones de la temprana industrialización de Japón se repitieron en la segunda mitad del siglo XX, cuando Japón se reconstruyó de la guerra a través de una oleada de avances realizados en la nueva microelectrónica y en tecnologías avanzadas de maquinaria. Japón se convirtió en un líder mundial en la exportación de automóviles, en la electrónica de consumo, en los productos para el cuidado de la salud y en otros bienes y servicios. Bien conocido es el hecho de que durante los años 60 Japón logró duplicar su economía, estableciendo un estándar que muchos vecinos de Asia emularían en las décadas siguientes, usando sus propias estrategias de desarrollo, que fueron profundamente influenciadas por el éxito y los métodos de Japón.

Japón no solo sirvió como ejemplo, sino que también proporcionó tecnologías clave y modernas infraestructuras que permitieron a los vecinos del Noreste y del Sudeste Asiático iniciar sus propios

procesos de rápido crecimiento convergente. Por ejemplo, durante los años setenta y ochenta, la asistencia de Japón al desarrollo del Sudeste Asiático ayudó a Malasia, Indonesia, Tailandia y a otros países a modernizar sus infraestructuras y atraer inversiones extranjeras a la manufactura global. Estos países comenzaron así sus propios procesos de rápido crecimiento económico.

Cuando el mundo adoptó los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), Japón añadió una importante dimensión a través del concepto de la seguridad humana. La seguridad nacional no es suficiente. La libertad para vivir sin miseria debe combinarse con la libertad de vivir sin temor. Japón estableció el Fondo Fiduciario de las Naciones Unidas para la Seguridad Humana para promover un enfoque amplio sobre la seguridad humana que integrase el desarrollo económico, la protección del medio ambiente, el empoderamiento de los seres humanos a través de la educación y la igualdad de género.

El Fondo Fiduciario se convirtió en un baluarte para alcanzar los ODM y un importante precursor en la adopción posterior de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que siguen el concepto de seguridad humana al combinar desarrollo económico, inclusión social y sostenibilidad ambiental. Japón también contribuyó al desarrollo a través de su innovador proceso de la Conferencia Internacional de Tokio sobre el Desarrollo de África (TICAD, por sus siglas en inglés), que vincula Japón y África en una estrecha y dinámica asociación a largo plazo para el desarrollo y el bienestar mutuo.

Lo que más aprendemos del propio desarrollo y asociación de Japón con otros países es la importancia de un amplio enfoque para lograr un desarrollo sostenible. Los fundamentos económicos son suficientemente claros: la competitividad de las exportaciones, la excelencia tecnológica y una economía abierta. Pero estos pilares económicos no son suficientes. Deben combinarse con altos niveles de inversión pública en capital humano, especialmente garantizando la salud y la educación para todos, y además con la protección del medio ambiente natural. Japón es un líder mundial en eficiencia energética y en diseño urbano que combina la eficiencia económica con valores culturales, estéticos y ambientales de la vida urbana. No es casualidad que Japón tenga la

mayor esperanza de vida del mundo, con una elogiada media de 83,7 años según los últimos datos, un logro que refleja el amplio compromiso de Japón con el crecimiento inclusivo y sostenible.

Ahora estamos en la Era del Desarrollo Sostenible y una vez más podemos contar con el papel visionario de Japón en el logro del desarrollo sostenible, no solo dentro de sus fronteras sino en todo el mundo, como modelo a seguir y como socio de otros países. Japón sigue colaborando con países que desean avanzar rápidamente, por ejemplo, ayudando al Gobierno de Ruanda a establecer el nuevo Centro SDG para África en Kigali, un centro de excelencia que proporcionará asesoramiento, investigación y redes de trabajo para todos los países africanos, en su búsqueda de lograr los SDG. Japón está innovando en cómo crear nuevas instituciones, tecnologías y políticas para una sociedad con una significativa proporción de personas mayores, un reto que se incrementa por su alta longevidad. Los avances de Japón en salud, en sistemas de apoyo y en calidad de vida para las personas mayores tendrán grandes beneficios en todo el mundo. Japón también

es pionero en el desarrollo de una economía baja en carbono para cumplir con el Acuerdo Climático de París, lo cual se logra mediante el despliegue de su excelencia en ingeniería, de categoría mundial, para promover la eficiencia energética, los nuevos materiales y los nuevos tipos de vehículos, como son los vehículos de pila de combustible de Toyota.

He sido estudiante y admirador del enfoque amplio, creativo y generoso de Japón acerca del desarrollo económico y la seguridad humana durante varias décadas. He tenido la oportunidad de ver los excelentes resultados de cerca en Japón, así como en muchos países de Asia y África que se han beneficiado enormemente de la asociación con Japón y de su ejemplo. Nuestro mundo actual se enfrenta al reto de proteger las culturas nacionales en un mundo globalizado y combinar los objetivos económicos, sociales y ambientales en una estrategia equilibrada y pacífica de desarrollo sostenible. Afortunadamente, Japón proporciona inspiración y una luz de esperanza y orientación en estos grandes desafíos globales.



Jeffrey D. Sachs

Jeffrey D. Sachs es profesor universitario y profesor Quetelet de desarrollo sostenible de la Universidad de Columbia. Es director del Centro de Desarrollo Sostenible de la Universidad de Columbia y asesor especial del secretario general de las Naciones Unidas, António Guterres, acerca de los Objetivos del Desarrollo Sostenible. El profesor Sachs recibió el premio Planeta Azul en 2015 por su liderazgo global en el desarrollo sostenible. Es fundador y director de la Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, que une a cientos de universidades y a laboratorios de ideas (*think tanks*) alrededor del mundo para apoyar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



La fibra de carbono tiene diversas aplicaciones, incluyendo la industria aeronáutica, las sondas espaciales, los cohetes y los automóviles.

El libre comercio y las inversiones globales crean relaciones transfronterizas de beneficios mutuos

Material con propiedades realmente sobresalientes, la fibra de carbono pesa solo una cuarta parte que el hierro, pero sin embargo es diez veces más fuerte. Las aplicaciones de la fibra de carbono incluyen los equipos deportivos, tales como los palos de golf y las raquetas de tenis, así como componentes para automóviles. Además, este material mantiene sus propiedades de manera estable en condiciones severas tales como bajo un calor y frío extremos. Debido a estas propiedades, comenzó a ser utilizado como material estructural en las colas verticales de los aviones y en el recubrimiento exterior de sus fuselajes, y hoy en día se utiliza incluso en los contenedores para los propulsores sólidos de cohetes y en la montura del casco de los satélites.

Como el mayor fabricante del mundo de fibra de carbono, Toray Industries, Inc. está ampliando activamente sus

sistemas de producción globales y actualmente gestiona sus actividades empresariales a través de una red internacional con un sistema de cuatro nodos, con bases de producción ubicadas en Norteamérica, Europa, Asia y Japón.

Toshiki Matsumura, director del Departamento de Comunicaciones Corporativas de Toray, explica: “El principio básico de nuestra compañía es arraigarnos en las regiones donde desarrollamos nuestras actividades empresariales, contribuyendo al empleo y al desarrollo industrial a medida que crecemos. Además, al establecer nuestras bases de negocio en la proximidad de nuestros clientes, podemos trabajar estrechamente con ellos y esto nos permite responder rápidamente a sus necesidades. Esto, de hecho, nos conduce a la innovación tecnológica”.

Un buen ejemplo de esto es la aplicación de materiales estructurales en los aviones. En el campo aeronáutico, a partir de los años 70, se utilizó la fibra de carbono como material interior para componentes tales como los de las puertas. Pero, para reemplazar la aleación de aluminio, que era el material estructural más comúnmente utilizado en esa época para el fuselaje y otros componentes fundamentales, la fiabilidad absoluta era primordial, y se tenían que superar ciertos problemas. El material estructural se produjo mediante la superposición de láminas de fibra de carbono, pero se descubrió que la solidez del material podía disminuir cuando una cierta zona se despegaba al sufrir un fuerte impacto, como por ejemplo al ser golpeado por un ave durante el vuelo. El fabricante aeronáutico estadounidense Boeing informó sobre este hecho al personal de ingeniería de Toray. Después de realizar las debidas labores de investigación y desarrollo, el personal logró dar con la solución, pegar láminas conjuntamente mediante la impregnación de resina adhesiva, y así se consiguió desarrollar con éxito un material cuya resistencia no se veía comprometida, incluso cuando se desprendía una sección.

Impresionado por la innovadora solución de Toray, en 1989 Boeing adoptó la fibra de carbono de Toray como material utilizado para el conjunto de la cola de su Boeing 777. En los años siguientes, el uso de la fibra de carbono se expandió y se aplicó en las nuevas aeronaves recién desarrolladas, y en 2009 el Boeing 787 realizó su vuelo inaugural como un modelo innovador presentando la fibra de carbono en su fuselaje, en el ala principal, en el ala central y en el conjunto de la cola. Hoy en día, 69 compañías aéreas y compañías de alquiler de 49 países de todo el mundo poseen y operan el Boeing 787.

Apoyándose en estos éxitos, Toray llevó a cabo una inversión mundial de capital de 3.600 millones de dólares estadounidenses (400.000 millones de yenes) en un período de tres años, desde el año fiscal 2014 hasta el 2016. Aproximadamente el 60 % de esta inversión tuvo como



Toshiki Matsumura ocupa el puesto de director del Departamento de Comunicaciones Corporativas de Toray Industries, Inc. Actualmente Toray desarrolla sus actividades en 26 países y regiones del mundo.

destino América del Norte y del Sur, Asia, países emergentes y la Unión Europea. Como resultado, la compañía tiene un total de 28.371 empleados en el extranjero, datos a fecha de marzo de 2017. Además, Toray firmó un contrato de suministro integral a largo plazo con Boeing en 2015 para suministrarle fibra de carbono para el nuevo 777X e invirtió 446 millones de dólares (50.000 millones de yenes) para las instalaciones de producción estadounidense en el condado de Spartanburg, Carolina del Sur, que ahora está en construcción. Esta inversión es el primer paso de un desembolso de 893 millones de dólares (100.000 millones de yenes) en el mercado estadounidense que Toray tiene intención de concluir para el año 2020.

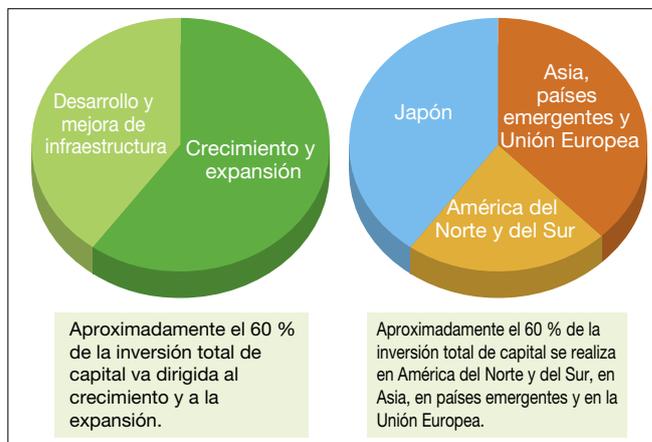
Matsumura explica: “La escala del mercado de los Estados Unidos es enorme. También es atractivo el hecho de que un empresario puede llevar a cabo sus actividades empresariales con tranquilidad ya que está en un entorno en el que sus derechos están protegidos por leyes y normativas. Para el futuro, esperamos seguir logrando éxitos con nuevos y emocionantes proyectos junto con la gente de nuestras bases de negocio en los Estados Unidos y en todo el mundo”.



Toray inició una nueva planta de producción en Carolina del Sur en 2015 y tiene la intención de invertir aproximadamente 893 millones de dólares (100.000 millones de yenes) en el mercado de los Estados Unidos para el año 2020.

Fotografía: Lindsey Wasson, *The Seattle Times*

Estrategia de Inversión Mundial de Capital



Toray realizó inversiones de capital por valor de 3.600 millones de dólares (400.000 millones de yenes) en el período de tres años comprendido entre 2014 y 2016. Aproximadamente el 60 % de esta inversión se realizó en América del Norte y del Sur, en Asia, en países emergentes y en la Unión Europea.



El Jeep Renegade presenta un rendimiento excepcional en un diseño de pequeño tamaño.

©Masayuki Arakawa

Los fabricantes de automóviles extranjeros realizan rápidos avances en Japón

En 2016, las ventas en Japón de automóviles extranjeros aumentaron un 5,9 % con respecto al año anterior, llegando hasta un total de 298.856 unidades. Algunos pueden pensar que el mercado de automóviles japonés está cerrado a las importaciones, pero, en realidad, los aranceles de importación de automóviles son inexistentes (0 %), y ha sido así durante muchos años. Naturalmente, hay un gran interés entre los consumidores por los automóviles de importación. Aunque hay circunstancias únicas en Japón que tienden a ser pasadas por alto, como por ejemplo el hecho de que se conduce por el lado izquierdo de la carretera (el volante está a la derecha), lado opuesto de la mayoría de los países de todo el mundo. Además, las torres de estacionamiento automatizadas tipo ascensor construidas para utilizar eficazmente pequeños espacios de terreno limitan el tamaño de los automóviles que pueden ser estacionados en las mismas.

Al mirar las ventas de automóviles extranjeros por fabricantes, se observa que las marcas líderes son

europeas. Estas marcas han hecho el esfuerzo de adaptarse al mercado japonés desde una etapa muy temprana introduciendo versiones de sus coches con dirección en el lado derecho y otras especificaciones ajustadas a las necesidades de Japón. Sin embargo, hay una empresa en particular que ha logrado abrirse camino rápidamente en este entorno, duplicando su volumen de ventas en los últimos cinco años. Esa empresa es FCA Japan Ltd., una subsidiaria de FCA, un grupo integrado de automoción establecido entre el Grupo Fiat de Italia y el Grupo Chrysler de los Estados Unidos. Hablamos con Pontus Häggström, presidente y director general de FCA Japan, acerca del éxito de la compañía.

“El automóvil es un gran portador de cultura”, observa Häggström al comenzar la entrevista, “y en FCA buscamos las ventajas de fusionar la cultura italiana y la americana y tratamos de reflejarlas en todas y cada una de las diferentes partes”.

Un vehículo que simboliza el modelo empresarial de FCA es el Renegade, el primer SUV (vehículo utilitario

deportivo) compacto de la marca Jeep y el primer Jeep fabricado por FCA fuera de los Estados Unidos. El Renegade supuso un verdadero esfuerzo colaborativo entre la parte italiana y la americana de FCA, y ha logrado ser un gran éxito en Japón. Para el mercado japonés, FCA no solo cambió el volante del Renegade a la derecha, sino que también analizó de cerca las diversas demandas de los consumidores japoneses y las reflejó en el vehículo. El Jeep Renegade es un éxito logrado gracias a estos esfuerzos y ha sido posible debido a la libre circulación de personas, bienes y servicios junto con las redes internacionales de producción y distribución. La marca Jeep de Japón de FCA creció un 33,9 % en 2016 en comparación con el año anterior en cuanto al número de vehículos nuevos matriculados, y el Renegade fue la fuerza impulsora que hubo detrás de este éxito.

Häggeström sigue explicando: “Una de las cosas más importantes al vender un coche es la manera en que posicionas tu producto. Hemos descubierto que los consumidores japoneses, cuando se trata de seleccionar un automóvil de importación, están sorprendentemente familiarizados con la historia y los antecedentes de la marca, y que buscan características únicas que no existen en los automóviles nacionales. Además, los consumidores japoneses ponen gran atención en el *hardware* (calidad) y en el *software* (servicio)”.

Para ganarnos a esos consumidores japoneses, FCA Japón opera una red de distribuidores de más de 180 establecimientos en todo Japón. Además, la compañía ha establecido un centro de formación en Japón para formar a sus distribuidores, a los miembros del personal y a los mecánicos con el fin de impulsar el servicio y sus capacidades profesionales. Estos diversos esfuerzos han sido la clave para establecer y mantener una buena relación tanto con los clientes como con distribuidores locales.

El éxito de esta serie de medidas arrojó resultados



FCA Japan ofrece un estrecho apoyo a sus distribuidores. La compañía también pone énfasis en el desarrollo de las capacidades de los profesionales de la mecánica en cada distribuidor a través de medidas tales como sistemas de distinción.

récord en 2016, con unas ventas de vehículos de la compañía en Japón que superaron las 20.000 unidades.

FCA Japan continúa creciendo como una compañía extranjera de automóviles en Japón. La compañía, con sus profundas raíces tanto en Italia como en Estados Unidos, está liderada por un director general sueco que conoce bien el mercado y a los consumidores japoneses. Cuando señalamos este hecho a Häggström, sonríe y responde: “Uno de los modelos de Abarth que vendemos se fabrica en Hiroshima. Así que sí, FCA es una compañía automovilística verdaderamente global”. Cuando le preguntamos sobre las perspectivas futuras de la compañía en Japón, responde con entusiasmo: “Tenemos la intención de alcanzar las 30.000 unidades en ventas de automóviles para 2019, ¡y estamos entusiasmados con las perspectivas que nos brinda Japón!”.

Se espera que el rápido avance de FCA Japan continúe a medida que la compañía aprovecha plenamente el libre comercio, su producción global y sus recursos humanos locales e internacionales.



Pontus Häggström

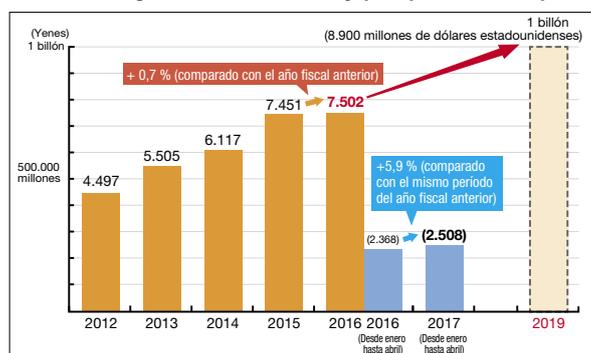
Presidente y director general de FCA Japan
Nació en Suecia. En 2001, trabajó en General Motors Asia Pacific (Japón) Ltd. (actualmente General Motors Japan Limited) como director de marca para Saab y Cadillac. En 2005, prestó sus servicios sucesivamente para General Motors Europe (Alemania) como director de exportaciones de Saab. En 2008, fue nombrado presidente y director general de Fiat Group Automobiles Japan Ltd. (actualmente FCA Japan Ltd.). Ha ocupado su cargo actual desde 2012.

Japón estimula las exportaciones con la estrategia de una “agricultura agresiva”

Los productos y alimentos agrícolas, forestales y pesqueros japoneses son bien conocidos por su gran sabor y excelente calidad en cuanto a su seguridad. Son considerados como un pilar importante de la salud y de la longevidad del pueblo japonés, cuya esperanza de vida media es la más alta del mundo, con 83,8 años para los hombres y 89,8 años para las mujeres. Debido a que estos alimentos de Japón reciben un alto reconocimiento mundial, cada vez más personas en el extranjero están deseando disfrutarlos. Para ayudar a satisfacer la creciente demanda, las recientes mejoras en las redes logísticas, en los sistemas de gestión de la temperatura como por ejemplo en la cadena del frío y en otras innovaciones tecnológicas, incluyendo el pago electrónico, han hecho más fácil mantener estos alimentos frescos al exportarlos. Además, el Gobierno japonés ha estado reformando muchas normativas e instituciones para permitir a los agricultores, así como a varios tipos de organizaciones, expandir más libremente sus mercados, incluyendo su expansión en los mercados exteriores.

Japón ve estos cambios en el entorno empresarial junto con el libre comercio como una oportunidad y ahora está impulsando una campaña de promoción de las exportaciones bajo el lema “agricultura agresiva”. El valor de las exportaciones de productos y alimentos agrícolas, forestales y pesqueros de Japón se ha incrementado durante cuatro años consecutivos, desde 2013, alcanzando la cifra récord de 750.200 millones de yenes (6.700 millones de dólares estadounidenses) en 2016. Para impulsar aún más esta dinámica, se están poniendo esfuerzos que involucran a las partes interesadas a través de asociaciones público-privadas, centradas en la Estrategia para el Fortalecimiento de las Capacidades Exportadoras de la Industria Agrícola, Forestal y Pesquera, que se estableció en mayo de 2016. Ahora el Gobierno japonés está tratando de alcanzar el objetivo de exportar un billón de yenes (8.900 millones de dólares) para el año 2019.

Evolución de las exportaciones de productos y alimentos agrícolas, forestales y pesqueros de Japón



El objetivo de Japón para 2019 de alcanzar un importe total superior a un billón de yenes (8.900 millones de dólares) en las exportaciones de productos y alimentos agrícolas, forestales y pesqueros está a su alcance a medida que crecen, año tras año, las ventas en el extranjero.
Fuente: Compilado por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca usando datos de *Estadísticas de comercio de Japón* del Ministerio de Finanzas.

Caso 1: Las exportaciones de un sake afrutado de categoría mundial que tienen su base en París

El DASSAI *junmai daiginjō* fue creado por Asahi Shuzo Co., Ltd. en 1990 con el objetivo de proporcionar un sake delicioso para el paladar de todo aquel que lo probase. Desde el lavado de arroz hasta su embotellado, DASSAI se produce con la cuidadosa combinación del trabajo manual tradicional realizado por artesanos y la ayuda de máquinas de vanguardia en cada etapa del proceso de producción. La pureza de su sabor y el aroma de una clase de *ginjō* especial afrutado son las características de este sake.

Asahi Shuzo empezó a exportar DASSAI a Taiwán en 2002. Gradualmente, logró dar a conocer más el producto y amplió los destinos de su exportación hasta alcanzar los veinte países, colocando a París como base para sus actividades exportadoras.

Uno de los factores fundamentales de su éxito son sus eventos de degustación, que se realizan de forma activa en el extranjero. Asahi Shuzo ha desarrollado promociones de venta creativas, demostrando las diversas maneras en las que se puede disfrutar el sake. Por ejemplo, la compañía recomienda el uso de vasos en forma de copa de vino para poder así disfrutar mejor del aroma del sake, e invita a los clientes a saborear el sake con los alimentos locales en un adecuado maridaje. Para mantener el valor de marca de DASSAI, Asahi Shuzo aspira a mejorar aún más la calidad del producto y elaborar un sake que pueda competir con los vinos de alto precio del extranjero. Su objetivo es lograr que DASSAI fascine al mundo.



Asahi Shuzo recomienda beber su DASSAI *junmai daiginjō* en pequeñas copas de vino para poder disfrutar mejor de su aroma.

Caso 2: Venta y distribución de medregal del Japón fresco con la ayuda de las redes de cadena de frío

Owasebussan Co., Ltd. cría medregal del Japón y exporta las piezas de pescado empaquetadas, tales como el *kama* (la parte que va desde las branquias hasta la aleta pectoral) a regiones como China, Hong Kong, Taiwán y Singapur. En 2016, la compañía consiguió la cooperación de la Universidad de Kōchi, que ya tenía un historial probado en la investigación de la cría del medregal del Japón. Juntos lograron desarrollar el “Medregal del Japón con DHA Extra”, que contiene una cantidad mayor de lo normal del beneficioso DHA (ácido docosahexaenoico), una sustancia que se cree que ayuda a prevenir el endurecimiento de las arterias. Pronto obtuvo su reconocimiento en Japón no solo por su agradable textura grasa y su sabor, sino también por favorecer la salud, y debido a todo ello se espera también un crecimiento significativo en el volumen de sus exportaciones.

Uno de los factores fundamentales del éxito de los amplios canales de venta de Owasebussan es la cooperación con entidades locales de cada país importador, capaces de realizar entregas individuales gracias a sus propias cadenas de frío. Esto ha sido esencial para la compañía a la hora de establecer un sistema que permitiera entregar los productos con los



Owasebussan realizó su primer envío de medregal del Japón fresco desde el Aeropuerto Internacional Chūbu Centrair a Vietnam en febrero de 2017.

mismos niveles de calidad, cumplimiento de estándares y con la misma rapidez que si se estuviera realizando dentro de Japón. Además, la compañía asiste regularmente a reuniones de negocios en el extranjero para desarrollar y presentar productos que satisfagan las necesidades de los clientes, con el fin de mejorar los atractivos que ofrecen sus productos.

En los próximos años, Owasebussan tiene como objetivo expandir su volumen de exportaciones centrándose principalmente en el mercado del Sudeste Asiático. También tiene puestas sus miras en el mercado europeo, para el que está planeando obtener la certificación APPCC de la UE (para certificarse como una instalación de manipulación de alimentos marinos para exportar a la UE). La compañía también está trabajando para ser añadida a la Lista Verde de la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos), un requisito para poder exportar alimentos frescos envasados al vacío.

Caso 3: Un control exhaustivo de calidad garantiza la frescura en todo el recorrido, desde su origen hasta la puerta del cliente

Oisix Inc. ofrece a los consumidores de Hong Kong verduras, frutas y otros alimentos frescos japoneses a través de su propio sitio web de comercio electrónico. Estos productos se entregan directamente a los hogares de los consumidores.

Oisix comenzó a prestar sus servicios en Hong Kong en 2009. Aunque la compañía se enfrentó a retos en gestión de la calidad para realizar el transporte en el extranjero, pronto encontró soluciones mejorando la gestión de la temperatura y el embalaje a prueba de daños para el transporte aéreo y utilizando cajas frías para la entrega local. El resultado fue una buena impronta entre los consumidores, algunos de los cuales han dicho que los productos Oisix son aún más frescos que los de los supermercados locales. A pesar de los precios relativamente altos debido al coste del transporte, Oisix está ganando más y más clientes que buscan alimentos seguros y deliciosos.

El número de miembros registrados de Oisix en Hong Kong ha venido creciendo constantemente y ahora ha alcanzado los 40.000. Se llevan a cabo muchos eventos de degustación y encuestas para ayudar a la compañía a proporcionar productos y servicios adecuados a los hábitos y necesidades alimentarias de sus clientes. En 2014 y en 2017, estos esfuerzos ayudaron a Oisix a ganar el premio “Most Valuable Service Awards in Hong Kong” (Premios de Servicio Más Valioso en Hong Kong), que reconoce a los proveedores de servicios excelentes para el consumidor.

Oisix planea, en el futuro, exportar más productos alimenticios japoneses, especialmente a los países asiáticos. Aparte de esto, también tiene como objetivo exportar sus sistemas de gestión de calidad y sus conocimientos sobre distribución.



Oisix adapta sus productos y servicios a los hábitos y gustos locales.



Taste of Japan Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca (en inglés)

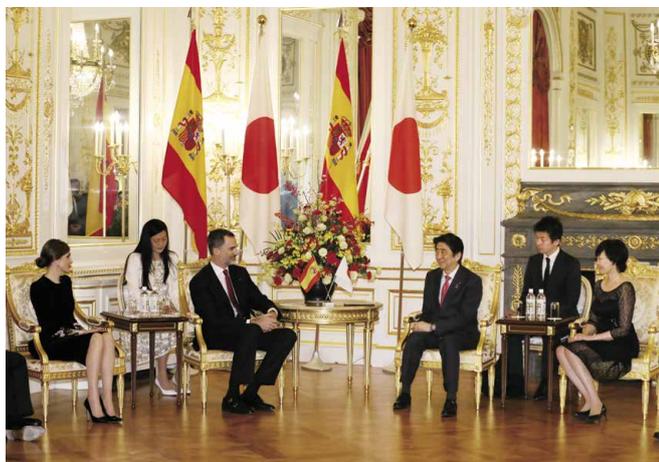
Taste of Japan ofrece información sobre la cocina japonesa, que abarca restaurantes japoneses de todo el mundo, recetas japonesas y tiendas de comestibles que tratan con comida japonesa.

<http://www.tasteofjapan.jp/>

Momentos del primer ministro Abe



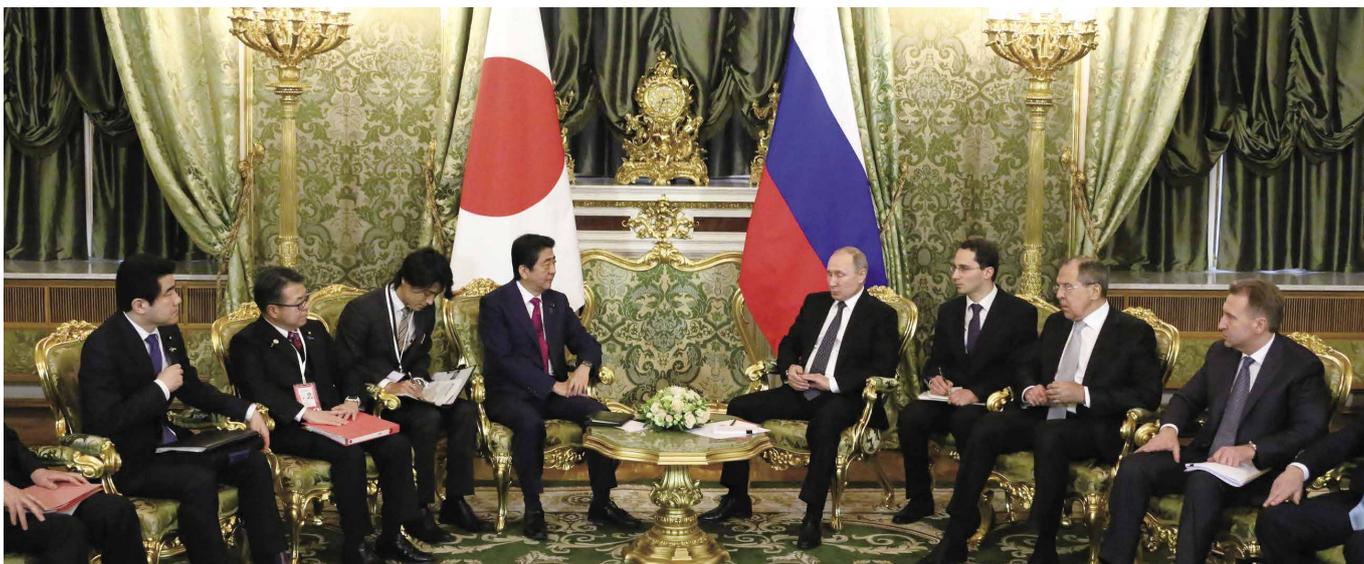
En su visita a Italia asistió a la Cumbre del G7 de 2017 en Taormina. Con el presidente Donald Trump de los Estados Unidos, el presidente Emmanuel Macron de la República Francesa, la canciller Angela Merkel de la República Federal de Alemania, la primera ministra Theresa May del Reino Unido, el primer ministro Paolo Gentiloni de la República de Italia (anfitrión y presidente de turno) y el primer ministro Justin Trudeau de Canadá, así como con el presidente del Consejo Europeo Donald Tusk y el presidente de la Comisión Europea Jean-Claude Juncker. (Mayo de 2017)



Se celebró un banquete en la Casa de Invitados del Estado de Akasaka para recibir a su majestad el rey Felipe VI de España y a su majestad la reina Letizia de España, quienes estaban realizando una visita de Estado a Japón. (Abril de 2017)



Se celebró una reunión cumbre con el Hble. Sr. Ranil Wickremesinghe, primer ministro de la República Socialista Democrática de Sri Lanka, en la oficina del primer ministro japonés. (Abril de 2017)



En una visita a Moscú, Rusia, reuniéndose con S. E. el Sr. Vladimir Vladimirovich Putin, presidente de la Federación de Rusia. (Abril de 2017)



Se organizó una reunión cumbre con el M. Hble. Sr. Bill English, primer ministro de Nueva Zelanda, en la oficina del primer ministro japonés. Ambos primeros ministros acordaron cooperar en pro del éxito de eventos como la Copa Mundial de Rugby de 2019, que se celebrará en Japón, y de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio 2020. (Mayo de 2017)



Se organizó una reunión cumbre con S. E. el Sr. Mauricio Macri, presidente de la República Argentina, en la oficina del primer ministro japonés. (Mayo de 2017)



Visitó La Valeta, Malta, y se reunió con S. E. el Dr. Joseph Muscat, primer ministro de Malta. (Mayo de 2017)



Asistió al programa CEO Dinner Council Program organizado en Tokio por el periódico *The Wall Street Journal*. (Mayo de 2017)

El primer ministro Abe: Acogiendo a nuevos amigos y una mayor solidaridad con el G7

Contribución hecha al *Huffington Post* el 24 de mayo de 2017

Texto completo en inglés: http://www.huffingtonpost.com/entry/welcoming-new-friends-and-further-solidarity-to-the-g7_us_5926021ee4b0265790f4de84?4c

En el año desde que presidí la cumbre de Ise-Shima, hemos asistido a la aparición de nuevos líderes después de las elecciones presidenciales de Estados Unidos y Francia, y de los referéndums en el Reino Unido e Italia. Con estos procesos dejando al descubierto las dudas sobre el libre comercio y las divisiones en la sociedad, el mundo ha observado de cerca las elecciones realizadas por la gente de cada país.

Amenazas a la seguridad y una respuesta firme

Mientras tanto, están creciendo día a día las amenazas a la seguridad que ponen en peligro el crecimiento y la prosperidad. A pesar de las severas advertencias de la comunidad internacional, Corea del Norte sigue desarrollando armas nucleares y misiles, y ya ha lanzado más de treinta misiles balísticos desde el año pasado. El 14 de mayo, Corea del Norte lanzó un misil que alcanzó una altitud de más de 2.000 km. Fue lanzado en una trayectoria extremadamente alta. Si se hubiera lanzado en una trayectoria ordinaria, las estimaciones aproximadas sugieren que podría haber volado alcanzando el punto medio del Pacífico hacia el este, a Eurasia central en dirección oeste, o a cualquier parte del mar de China Meridional hacia el sur. La amenaza ahora se extiende más allá del Noreste de Asia. Otra preocupación planteada por Corea del Norte es el avance en su tecnología de misiles balísticos intercontinentales.

Para resolver estos problemas, debemos fortalecer nuestra solidaridad internacional con los Estados Unidos y la República de Corea, así como construir la unidad con China y Rusia.

Junto con estos asuntos, el terrorismo se está expandiendo por todo el mundo y las maniobras del ISIS continúan. El ciberterrorismo también está causando un mayor daño atravesando fronteras. No debemos permitir ningún retraso en la formación de la solidaridad internacional contra tales amenazas.

La importancia del libre comercio y tres factores para hacer comprender su trascendencia

Va a hacer 10 años desde el inicio de la crisis financiera global, el colapso de Lehman Brothers. Muchos países y

regiones han hecho esfuerzos tenaces para superar la crisis y asegurar un camino de crecimiento. Si observamos, sin embargo, las cosas a nivel mundial, comprendemos que queda mucho por hacer en temas como el desempleo de los jóvenes, los niveles salariales y la productividad.

La clave para superar estos desafíos es el libre comercio. Mientras que antes el crecimiento del comercio solía exceder el crecimiento económico, esto no ha sido así en los últimos años. El libre comercio permite a las personas demostrar plenamente su creatividad e ingenio y extender los frutos de sus esfuerzos más allá de las fronteras para enriquecer a las sociedades de todo el mundo. El libre comercio, sin embargo, es causa de fuertes críticas en muchos rincones del mundo. Creo que hay tres factores que son cruciales para mejorar la comprensión de las personas acerca del libre comercio.

1) Adoptar un enfoque coordinado, que abarque políticas que difundan los frutos del libre comercio dentro del país.

Desde que asumí mi cargo a finales de 2012, he mantenido los resultados como un lema. En Japón, hemos logrado el crecimiento del PIB, más empleos y mayores ingresos tributarios, que hemos invertido en áreas como la seguridad social y la educación. Se ha registrado un crecimiento positivo del PIB durante cinco trimestres consecutivos. La tasa de crecimiento anualizada del PIB para el primer trimestre de este año ha superado el 2 %. Hay 1,85 millones de empleos más, más del 80 % de los cuales han sido destinados a mujeres. Con una tasa de desempleo del 2,8 %, estamos casi en pleno empleo. Nuestros logros continúan. El coeficiente de Gini después de la redistribución de los ingresos también está disminuyendo. Además, hemos comenzado a ofrecer becas a jóvenes que no requieren ninguna devolución.

Los ingresos de las compañías han aumentado hasta los 22 billones de yenes (196.000 millones de dólares estadounidenses) en los últimos cuatro años. Se están haciendo todos los esfuerzos para distribuir los frutos del crecimiento por todo el país, instando a las empresas a aumentar los salarios y alentando a las grandes empresas a hacer tratos más justos con las pequeñas y medianas empresas (pymes).

Además, se promueven reformas con períodos de transición adecuados, de modo que las industrias afectadas por el comercio liberalizado puedan adaptarse a los cambios. Asimismo, no escatimo esfuerzos para crear un ambiente en donde las pymes y la industria alimentaria de Japón puedan expandir sus negocios en el mercado exterior.

Dando importancia a la inversión en recursos humanos y al empoderamiento de la mujer, continuaré haciendo realidad “una sociedad en la que todos los ciudadanos se involucren dinámicamente”, es decir, una sociedad inclusiva a la japonesa, el núcleo de mi política.

2) Asegurar no solo el comercio libre sino también un comercio justo, y mejorar las reglas desde esa perspectiva.

Desde principios de este siglo, muchos países emergentes y en vías de desarrollo se han unido a la Organización Mundial del Comercio (OMC). El mundo les dio la bienvenida con la esperanza de que “esto ayudará a difundir reglas comunes en todo el mundo y que el comercio se llevará a cabo de manera libre y justa”. Con el tiempo, descubrimos, sin embargo, que algunos países aplican las reglas inadecuadamente. Por ejemplo, obligan a las transferencias de tecnología a los estados receptores, no disciplinan las empresas estatales, o elaboran reglas, pero no las cumplen. El comercio del acero es un buen ejemplo. Sin garantizar la equidad, la confianza en el libre comercio se verá erosionada y su apoyo se verá menguado.

Garantizar la equidad en los impuestos y las finanzas, y combatir los flujos de fondos ilícitos, es algo esencial para ganar la confianza de la gente en los marcos internacionales, y el G7 debe tomar la iniciativa en esto.

Cuando nos preguntamos “¿qué es justo?” deberíamos pensar en el comercio en el contexto de una situación en la que todo el mundo gane, no como un juego de suma cero en donde “si un lado gana, el otro lado pierde”.

Haciendo frente a diversos temas dificultosos, como puede ser el calentamiento global y el inminente envejecimiento de la población, la clave para encontrar soluciones a estos retos globales reside en el intercambio transfronterizo de los ricos conocimientos y experiencias de las personas. Los Gobiernos deben seguir reduciendo las barreras que frenan las actividades de las personas. Al mismo tiempo, deben mejorar y reforzar las normas que protegen debidamente los resultados de la innovación, incluso mediante la protección de los derechos de propiedad intelectual.

El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP, por sus siglas en inglés) puede abordar estas preocupaciones. Es por eso que creo firmemente que la región de Asia-Pacífico, que es el centro de crecimiento del mundo, necesita el TPP. Además del TPP, Japón está construyendo una red global de reglas a través del diálogo económico con los Estados Unidos, la negociación del Acuerdo de Asociación Económica entre Japón y la Unión Europea (AAE), y la Asociación Económica Integral Regional (RCEP, por sus siglas en inglés).

3) Contribuir al desarrollo inclusivo alrededor del mundo entero.

La contribución de Japón a la construcción de las naciones en los países asiáticos comenzó hace más de medio siglo, y ahora en este siglo, Japón ha intensificado su apoyo al desarrollo de África con el esfuerzo conjunto del sector público y privado. El verano pasado celebramos la Sexta Conferencia Internacional de Tokio sobre el Desarrollo de África (TICAD VI, por sus siglas en inglés), la primera edición de la TICAD que tuvo lugar en el continente africano. Cerca de 200 compañías japonesas me acompañaron. El pilar proporcionado por la cooperación de Japón es fomentar los recursos humanos y la industria en África. Junto con la industria, optimizaremos aún más nuestra cooperación en agricultura, así como la capacidad de producción de alimentos.

Aprovechando las proezas tecnológicas de Japón y los sofisticados métodos de acabado, también contribuiremos al desarrollo de infraestructuras de calidad en Asia y en otros sitios, incluyendo los países desarrollados. Nuestra cooperación financiera de 200.000 millones de dólares (22,4 billones de yenes) estará a máxima potencia para finales de este año.

Muchas personas en Asia y África adquirirán nuevas capacidades profesionales, mejorarán sus infraestructuras locales, profundizarán en su conectividad y fortalecerán su autosuficiencia. Ningún otro país, aparte de Japón, puede hacer esta contribución.

La economía global está empezando a mostrar señales de un cambio positivo. Sin embargo, en muchos países, regiones y en el mundo en general continúa habiendo problemas pendientes, mientras que afrontamos nuevos desafíos como puede ser el calentamiento global y el inminente envejecimiento de nuestras poblaciones. Esto se ve agravado por Corea del Norte y el ISIS, que explícitamente desafían la seguridad y la prosperidad globales.

Sin paz y seguridad, no hay crecimiento ni prosperidad. Los líderes del G7, que compartimos valores fundamentales, debemos unirnos y liderar el mundo para afrontar estos difíciles problemas. Acogiendo nuevos amigos y nuevas ideas, nosotros, el G7, debemos mostrar, más que nunca, solidaridad.



El sistema de puntos tiene por objetivo atraer talento extranjero a Japón

Mientras que el número de trabajadores extranjeros en Japón alcanzó un récord máximo de 1,08 millones en octubre de 2016, el Gobierno japonés está haciendo esfuerzos significativos para facilitar el empleo de profesionales extranjeros con habilidades de muy alto nivel, con el fin de estimular el crecimiento económico de Japón y fortalecer su competitividad internacional.

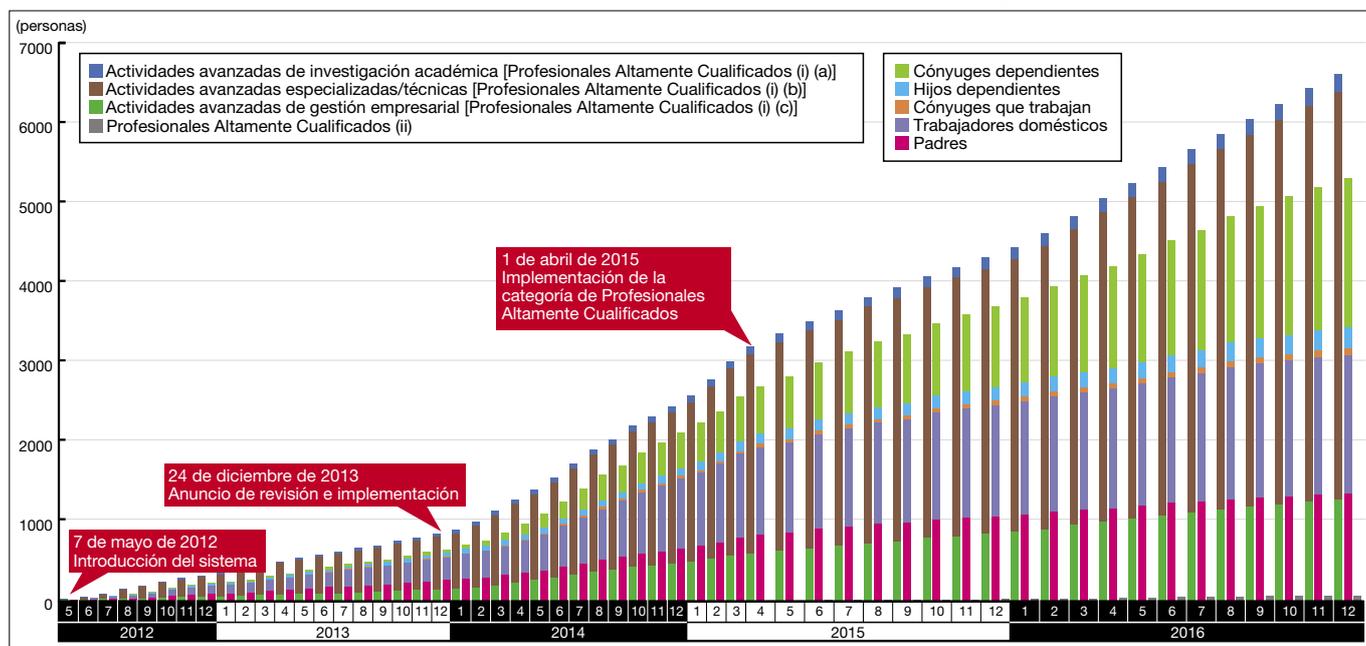
Los *profesionales extranjeros altamente cualificados* son oficialmente descritos como “recursos humanos de calidad, no sustituibles, que tienen una relación complementaria con el capital y el trabajo nacionales”, y “recursos humanos que se espera que aporten innovación a las industrias japonesas, que promuevan el desarrollo de los mercados laborales especializados y técnicos mediante una competencia amistosa con los ciudadanos japoneses y que aumenten la eficiencia de los mercados de trabajo japoneses”.

Para fomentar la contratación de profesionales extranjeros altamente cualificados, el Gobierno introdujo en 2012 el Sistema de Puntos para Profesionales Extranjeros Altamente Cualificados (PBS, por sus siglas en inglés). Los candidatos elegibles son trabajadores nacidos fuera de Japón que están involucrados en “actividades avanzadas de investigación académica”, “actividades avanzadas especializadas o técnicas” o “actividades avanzadas de gestión empresarial”. A estos candidatos se les otorgan puntos de acuerdo con criterios tales como pueden ser los antecedentes académicos, la trayectoria profesional, el salario anual, etc., y a los que obtienen un número de puntos igual o superior a un número predeterminado se les concede un trato preferencial de inmigración.

Un visado de trabajo convencional no permite al titular permanecer en Japón más de cinco años, ni lo autoriza a hacer un trabajo que no sea el estipulado en el visado. Los beneficiarios del PBS, por el contrario, tienen la posibilidad de extender sus estancias por un período indefinido en algunos casos y, simultáneamente, se les permite participar en múltiples actividades que se incluyen en diferentes categorías de visados.

También en esta dirección, en 2017 el Gobierno japonés va a introducir una “tarjeta verde japonesa para profesionales extranjeros altamente cualificados”. Los extranjeros que se consideren de cualificación especialmente alta podrán solicitar la residencia permanente después de permanecer solo un año en Japón, en lugar de cinco años como antes. Mediante estos sistemas, el Gobierno espera atraer a un gran número de profesionales extranjeros; profesionales que desempeñarán un activo papel en la economía japonesa.

Números totales acumulados de profesionales extranjeros altamente cualificados admitidos y familias acompañantes, etc.



*El término *profesional altamente cualificado* se utiliza desde el 1 de abril de 2015.

Fuente: Ministerio de Justicia

Comentarios de trabajadores que se benefician del sistema de puntos (PBS) para profesionales extranjeros altamente cualificados

Las tres personas que aparecen a continuación son empleados de Rakuten, Inc. (*)

Supervisor de Recursos Humanos

François Bergeron Grupo de Contratación de Ingenieros, Sección de Contratación, Departamento de Recursos Humanos Globales

En 2011, cuando el PBS aún no se había introducido, el porcentaje de empleados de nacionalidad extranjera en Rakuten representaba aproximadamente solo aproximadamente el 4 %, pero, debido también en parte a la introducción del inglés como idioma oficial dentro de la empresa, ahora supone más del 20 %. Como empresa que principalmente ofrece servicios de internet, Rakuten contrata a un gran número de ingenieros de otros países que poseen capacidades especializadas en las tecnologías de la información. El PBS nos está permitiendo emplear a estos profesionales extranjeros altamente capacitados por periodos de tiempo más largos. Esto es muy ventajoso para nuestras operaciones empresariales. Recientemente, más y más compañías japonesas están contratando a trabajadores extranjeros en general. Creo que esta tendencia crecerá en los próximos años.

Craig Olinsky Sección de Análisis de Datos, Departamento de Análisis de Datos de Comercio Electrónico, Compañía de Comercio Electrónico

Ya había trabajado en Japón durante un total de doce años antes de trabajar durante tres años en Alemania, y este año he vuelto a Japón. El PBS me está permitiendo construir una relación más larga y estable con la compañía que la que tenía antes, y esto me permite concentrarme en mi trabajo sin tener que preocuparme por los trámites del visado.

Creo que trabajar en Japón se ha vuelto más cómodo. Creo que Japón es un gran lugar para vivir; dispone de un excelente sistema de transporte con una red de buenos ferrocarriles y un sólido sistema de salud. Me encantaría poder trabajar durante un largo periodo en Japón gracias al PBS.



Zhang, Qi Grupo de Plataforma de Datos Comerciales, Sección de Capacitación Empresarial de Comercio Electrónico, Apoyo Empresarial del Mercado de Comercio Electrónico, Departamento de Desarrollo, Compañía de Comercio Electrónico

Lo maravilloso del Sistema de Puntos o PBS es que no solo concede una estancia más larga, sino que también presta la debida consideración a las familias de los trabajadores. Bajo ciertas condiciones, los cónyuges de los trabajadores que se benefician del PBS también pueden trabajar en Japón y los trabajadores pueden incluso traer a sus padres. Esto crea un buen entorno que le permite a esa persona trabajar durante un largo periodo de tiempo en Japón, proporcionándole al mismo tiempo la paz mental necesaria. Estudié en una universidad en Japón y comencé a trabajar aquí directamente después de la graduación. Me parece que las compañías japonesas disponen de programas de formación muy eficaces para los nuevos graduados. Recomiendo a los estudiantes extranjeros en Japón, así como a los estudiantes en el extranjero, que trabajen en Japón después de graduarse.

(*) Rakuten, Inc. fue fundada en 1997 y opera el mercado en línea más grande de Japón. Ofrece servicios de comercio electrónico, servicios financieros mediante tecnología de la información (*fintech*), contenidos digitales y de comunicación a más de mil millones de miembros en todo el mundo. Emplea a 14.202 personas (a 31 de marzo de 2017).

Tratamiento de inmigración preferencial basado en el sistema de puntos

Estatus de residencia que ofrecen los visados de trabajo	Tratamiento preferencial para profesionales altamente cualificados
Por lo general, no se permite traer a los padres dependientes	→ Se permite traer a los padres para acompañar al profesional altamente cualificado
Solo se permite traer a trabajadores domésticos en circunstancias excepcionales	→ Se permite traer a trabajadores domésticos
El permiso de residencia debe ser renovado individualmente en periodos de tiempo que no excedan cinco años (por ejemplo, cinco años, tres años o un año)	→ - El permiso de residencia se concede por un máximo de cinco años (Profesionales Altamente Cualificados [i]) - El permiso de residencia se concede por un periodo indefinido (Profesionales Altamente Cualificados [ii]) - Procesamiento preferencial de los procedimientos de entrada y residencia (Profesionales Altamente Cualificados [i])
Solo se autoriza a participar en las actividades permitidas bajo un solo estado de residencia	→ - Permiso para realizar múltiples tipos de actividades (Profesionales Altamente Cualificados [i]) - Además de las actividades permitidas a Profesionales Altamente Cualificados [i], se autorizan casi todas las formas de empleo (Profesionales Altamente Cualificados [ii])
Por lo general, se requieren más de 10 años de residencia antes de concederse la residencia permanente	→ Se flexibilizan los requisitos de residencia para obtener la residencia permanente
Por lo general, el empleo del cónyuge no está permitido	→ A los cónyuges de los profesionales altamente cualificados se les permite trabajar

*Los puntos se otorgan basándose en la trayectoria y el historial académico y profesional, en el salario anual y en otros factores, y obtener un total de 70 puntos o más permite la categorización como Profesional Altamente Cualificado (i). Los Profesionales Altamente Cualificados (i) que han participado en actividades correspondientes a su cualificación durante al menos tres años pueden convertirse en Profesionales Altamente Cualificados (ii).

Acogiendo la Copa del Mundo de Rugby™ en Asia por primera vez



Copa del Mundo de Rugby 2019™
<http://www.rugbyworldcup.com/>

“Conectar, crear, avanzar” es la visión para el torneo japonés, y significa “conectar con gente de Japón, de Asia y de todo el mundo para crear una celebración innovadora e inclusiva del rugby y de la comunidad, avanzando como uno solo, para construir un futuro mejor para todos”.

La Copa del Mundo de Rugby (RWC, por sus siglas en inglés), que se celebra una vez cada cuatro años, tendrá lugar en Japón dentro de dos años, siendo la primera vez que esta competición tiene lugar en Asia. Un total de 20 equipos —doce que aseguraron sus plazas al acreditarse la última vez en la RWC 2015 de Inglaterra, y otros ocho más que ganaron partidos preliminares en todo el mundo— competirán por la venerable Copa Webb Ellis. La RWC 2019 de Japón comenzará en Tokio el 20 de septiembre de 2019 y concluirá con el partido final que se celebrará en Yokohama el 2 de noviembre.

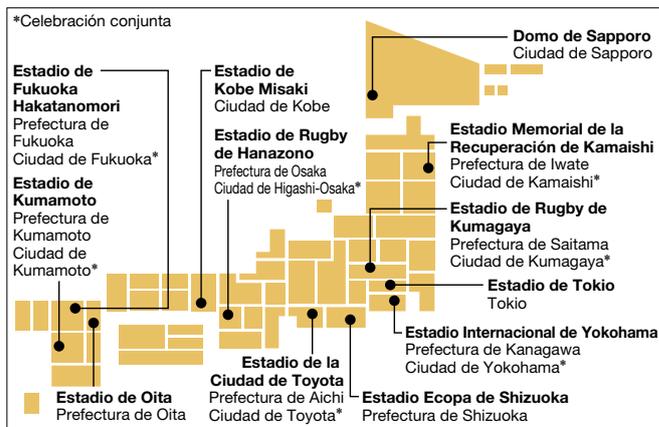
Según Akira Shimazu, director general del Comité Organizador de la Copa Mundial de Rugby 2019: “El rugby ha sido un deporte popular en Japón desde la década de 1890 y goza del seguimiento de aficionados muy entusiastas, pero Japón no es considerado, por el resto del mundo, como un ‘país con tradición de rugby’. Esta es la razón por la que la celebración de la RWC en Japón es algo que los fans de aquí han estado esperando con ganas desde hace mucho tiempo”.

Cuando se anunció en 2009 que la RWC se celebraría finalmente en Japón, el equipo nacional japonés comenzó a entrenar aún más duro para mejorar su rendimiento y alcanzar un nivel digno para representar al país anfitrión. El entrenamiento extra dio sus frutos en la última RWC: aunque el equipo japonés no pudo avanzar y llegar a las finales, luchó duramente y obtuvo tres victorias en sus partidos del grupo. En particular, el equipo impresionó al mundo con su dramático tanto ganador justo antes del final del partido con Sudáfrica. Fue una remontada gracias a la cual el equipo obtuvo el premio al Mejor Momento de la RWC, un premio que había sido establecido recientemente para este torneo. La imagen de los jugadores japoneses junto con los jugadores foráneos compitiendo como un solo equipo ayudó a elevar el nivel de emoción del rugby, que llegó a su punto culminante en todo Japón.



El primer ministro Shinzō Abe asistió al sorteo de grupos de la RWC 2019 que tuvo lugar en Kioto. Fue la primera vez que el sorteo de grupos se llevó a cabo en un lugar distinto a Inglaterra o Irlanda.

Ciudades anfitrionas de la Copa del Mundo de Rugby 2019



La RWC 2019 tendrá lugar en estadios de 12 ciudades en todo Japón.

Los preparativos para la RWC 2019 de Japón ya están en marcha. El 10 de mayo de 2017, tuvo lugar el sorteo de los grupos para el torneo en la Casa de Invitados del Estado de Kioto, y a partir de este verano se decidirán los lugares candidatos para los campos oficiales de entrenamiento para los equipos. La venta de las entradas para los partidos de la RWC 2019 está programada que comience en 2018.

La RWC 2019 de Japón consistirá en 48 partidos que se disputarán en 12 estadios ubicados por todo el país. Shimazu explica que “todos los estadios están situados en ciudades con atracciones locales únicas y con muchas cosas que los turistas pueden ver y hacer. Esto significa que nuestros visitantes extranjeros tendrán una inolvidable experiencia durante su estancia en Japón, a la vez que disfrutan del torneo”. Además, dos de las sedes están ubicadas en Kamaishi y Kumamoto, lugares que se están recuperando de los grandes terremotos ocurridos en los últimos años. Shimazu afirma la importancia de celebrar los partidos en estas áreas afectadas por desastres naturales: “La emoción de ver a los mejores jugadores del mundo competir de buen seguro conmoverá los corazones de la gente de estas ciudades mientras continúa su revitalización. Junto con nuestro agradecimiento por el cálido apoyo de la gente del extranjero, la RWC 2019 de Japón será también una oportunidad para demostrar cuán lejos hemos llegado en nuestra recuperación”.

La RWC 2019 de Japón es muy importante para el desarrollo del rugby. En palabras de Shimazu, “la RWC 2019 de Japón es la primera RWC que se celebra en Asia. Nos gustaría que el mayor número posible de gente de Asia viniera y experimentara de primera mano la emoción y la atracción del rugby. El éxito de este torneo será una oportunidad ideal para expandir el rugby por todo el continente”.



¡El Club Oficial de Seguidores busca nuevos miembros! Esta es solo una de las muchas actividades en curso para asegurar que la RWC 2019 de Japón sea exitosa. El objetivo es llenar completamente los estadios de los 48 partidos.



Akira Shimazu

Director general del Comité Organizador de la Copa Mundial de Rugby 2019. Nació en 1943. En 1967 ingresó en el Ministerio de Asuntos Internos (ahora Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones). Posteriormente desempeñó en dicho ministerio los cargos de jefe de la División de Bonos Locales de la Oficina de Finanzas Públicas, subdirector general de la Secretaría del Ministro de Asuntos Internos y viceministro de coordinación de políticas de la misma Secretaría. En 2001 fue nombrado primer viceministro del Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones. Ocupa su puesto actual desde marzo de 2014.

La cultura japonesa cobra vida en el Japan House de São Paulo



JAPAN HOUSE (en inglés)
<http://www.japanhouse.jp/en/>

Japan House São Paulo da a la Avenida Paulista de São Paulo. Con un exterior realizado con cedros japoneses, el diseño del centro fue supervisado por el reconocido arquitecto Kengo Kuma.
© Japan House São Paulo/Rogério Cassimiro

El 6 de mayo de 2017 se abrió al público en São Paulo, Brasil, el centro para la promoción de la cultura japonesa Japan House São Paulo. El 7 de mayo se celebró en el Auditorio de Ibirapuera de São Paulo un concierto con motivo de su inauguración, con una audiencia aproximada de 15.000 personas que se reunió para ver a los músicos japoneses Ryūichi Sakamoto y Jun Miyake junto con los músicos brasileños Jaques y Paula Morelenbaum.

Kenya Hara, uno de los principales diseñadores de Japón y director creativo de Japan House, dijo lo siguiente sobre este centro: “Hasta ahora, los centros y eventos que difunden la cultura japonesa a menudo han puesto en el centro de atención elementos como kimonos y grabados *ukiyo-e*. Estos elementos son atractivos visualmente y a las personas que los contemplan les encanta su exótica apariencia. Sin embargo, rara vez llegan a comprender su trasfondo cultural”.

“El objetivo que hay detrás del Japan House”, dice Hara, “es que la gente entienda el trasfondo cultural de Japón, mostrar por qué y cómo la cultura japonesa —caracterizada peculiarmente por su complejidad, respeto, sutileza y simplicidad— llegó a ser lo que es. Queremos que los visitantes sientan no solo la sorpresa de ver algo por primera vez, aspecto este que se desvanece en poco tiempo; queremos producirles un impacto duradero que proceda del verdadero aprecio”.



El bambú fue el tema de la primera exposición.



Con una multitud bulliciosa día tras día, incluso algunos días la tienda vendió todas sus existencias.

La exposición y el espacio multiusos ocupan las actividades centrales del Japan House São Paulo. Aquí tiene lugar, cada pocos meses, una exposición con el objetivo de profundizar en la comprensión de la cultura japonesa, con un tema diferente cada vez. El tema de la primera exposición fue el bambú. En ella se expuso una gran variedad de obras de arte hechas de bambú, desde grandes obras artísticas hasta productos artesanales tradicionales que cabían en una mano. De particular interés fue una obra realizada por el artista de bambú Chiku'unsai IV Tanabe que utilizaba el bambú *toratake*, obra que atrajo tanto interés que salió en la portada de un importante periódico local.

El centro en sí también alberga una sala de seminarios para eventos tales como conferencias y talleres, una tienda donde se pueden adquirir artesanías japonesas, un restaurante para disfrutar de menús de la gastronomía japonesa y sake, y otros lugares como por ejemplo un espacio multimedia y una cafetería donde los visitantes pueden mirar libros relacionados con Japón. Estas áreas ofrecen a los visitantes la oportunidad de acercarse a la cultura japonesa desde multitud de diferentes ángulos.

La respuesta de la comunidad local ha sido enorme para este centro de promoción de la cultura japonesa, que sirve como un punto internacional para comunicar “todo lo japonés”. En solo los dos primeros días desde su inauguración, el centro recibió cerca de 7.500 visitantes, con un gran número de personas que hicieron cola para entrar. Un mes después de la apertura oficial, el número total de visitantes superaba los 90.000, alcanzando muy rápidamente el objetivo original del centro que era conseguir 60.000 visitantes para todo el año. Según Hara: “Hay un movimiento cada vez más global que se puede sentir en el que la gente desea entender los aspectos tradicionales de la cultura japonesa con una profundidad que se remonta a casi dos mil años, junto con aspectos modernos también”.

Hay planes en proceso para abrir un Japan House en Londres, así como en Los Ángeles para 2017. A medida que Japan House crece, no hay duda de que más y más gente del mundo entero va a poder experimentar el impacto de comprender la cultura japonesa.

Kenya Hara

Nació en la prefectura de Okayama en 1958. En 1983 se graduó de la Universidad de Bellas Artes de Musashino con una maestría en diseño. En el mismo año, se unió a Nippon Design Center, Inc. Actualmente, es el director representativo de Nippon Design Center, Inc. y el director creativo principal de Japan House. Su trabajo incluye el diseño de los programas de la ceremonia de apertura y clausura de los Juegos Olímpicos de Invierno de Nagano 1998 y el cartel oficial de la EXPO 2005 Aichi, Japón.



Las células iPS ofrecen nuevas esperanzas en la lucha contra las enfermedades oculares

En septiembre de 2014, un equipo dirigido por la Dra. Masayo Takahashi, líder de la oftalmología japonesa que pertenece al instituto de investigación japonés RIKEN, llevó a cabo el primer trasplante del mundo de células madre pluripotentes inducidas (células iPS, por sus siglas en inglés) para una enfermedad ocular. La generación de células iPS fue anunciada por primera vez en 2006 por el profesor Shin'ya Yamanaka, director del Centro para la Investigación y la Aplicación de Células iPS (CiRA, por sus siglas en inglés) de la Universidad de Kioto. Estas células son capaces de diferenciarse en diversos tipos de células que componen los tejidos y órganos del cuerpo, y se cree que tienen usos potenciales en la restauración de las células perdidas por enfermedades o lesiones, ofreciendo la esperanza de proporcionar curas a enfermedades para las que anteriormente no se tenía un tratamiento. La cirugía de trasplante de células iPS realizada por la Dra. Takahashi y su equipo ha suscitado mucha expectativa ya que es un logro notable que se prevé pueda conducir a aplicaciones médicas regenerativas prácticas.

“Mi interés en la investigación médica regenerativa comenzó”, explica la Dra. Takahashi, “cuando acompañé a mi marido en sus estudios en el extranjero, a los Estados Unidos, y supe de la existencia de las células madre que eran capaces de reponer células en el cuerpo. Aunque más tarde logré utilizar células madre embrionarias para producir células de la retina, supe tan pronto como me enteré del descubrimiento de las células iPS que había encontrado las células madre ideales. Creo que nuestro logro pionero en el mundo se debe a que nos especializamos en el campo clínico de la oftalmología, al mismo tiempo que estamos expuestos a la investigación con células madre, que es un campo completamente diferente, y también al hecho de que siempre hemos llevado nuestra investigación a los límites de la vanguardia”.

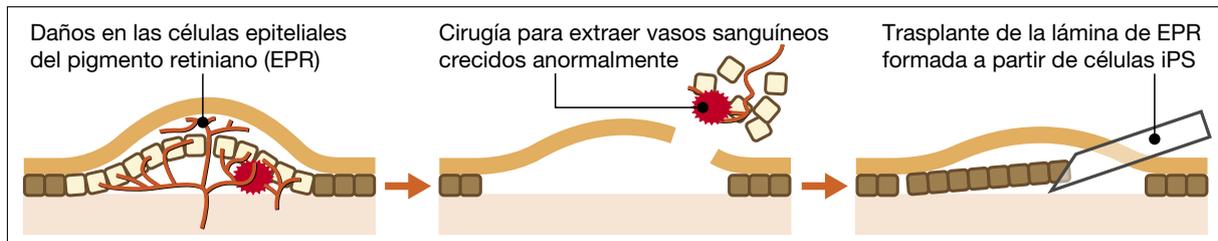
En la cirugía mencionada anteriormente, las células iPS se crearon a partir del tejido de la piel de una paciente que sufría de la degeneración macular asociada a la edad (DMAE) de tipo húmedo, y estas células iPS se diferenciaron en células epiteliales del pigmento retiniano (EPR) y se procesaron en forma de una lámina de células. La lámina de células de EPR se trasplantó entonces a la paciente en la que se generaron las células iPS, lo que hizo posible prevenir un mayor deterioro de su visión (un síntoma de la DMAE de tipo húmedo).



Masayo Takahashi

La Dra. Masayo Takahashi se graduó en la Facultad de Medicina de la Universidad de Kioto en 1986. En 1992, completó su doctorado sobre patología visual en la Escuela de Posgrado de Medicina de la Universidad de Kioto. Primero trabajó como doctora clínica, pero después de sus estudios en los Estados Unidos en 1995 se interesó por la investigación. En 2005, su laboratorio se convirtió en el primero del mundo que consiguió diferenciar la retina neural de las células madre embrionarias. Actualmente es jefa de proyecto del Laboratorio para la Regeneración Retinal del Centro para la Biología del Desarrollo (CDB, por sus siglas en inglés) del RIKEN.

Método de la cirugía de 2014



La degeneración macular asociada a la edad (DMAE) de tipo húmedo es una enfermedad ocular caracterizada por puntos ciegos denominados escotomas y la distorsión del campo visual central, que en algunos casos conduce a una pérdida severa de la agudeza visual. Es causada por la degradación relacionada con la edad del epitelio pigmentario retiniano (EPR) y el daño a la retina del crecimiento anormal de los vasos sanguíneos (conocido como neovascularización coroidea) en la región macular del ojo. En la cirugía de 2014, se trasplantó en el ojo una lámina de células EPR creadas a partir de células iPS después de la eliminación de vasos sanguíneos anormales.

Posteriormente, en marzo de 2017, la Dra. Takahashi y su equipo dieron otro importante paso hacia adelante. Mientras que la cirugía de 2014 había utilizado células generadas a partir de los propios tejidos de la paciente, la Dra. Takahashi y su equipo lograron esta vez efectuar el primer trasplante de células EPR generadas a partir de células iPS originadas de otra persona (llamado *trasplante alogénico*) para tratar a un paciente con la DMAE de tipo húmedo. Actualmente, se está haciendo un seguimiento del paciente para observar si hay posibilidad de rechazo, que es un riesgo que conlleva el trasplante alogénico. En cuanto a la importancia de la operación, la Dra. Takahashi explica que “el trasplante alogénico reduce sustancialmente el tiempo y el costo requeridos en la producción de células EPR, creando oportunidades para que aún más pacientes se sometan a cirugía. Oír, de primera mano, las ansiosas expectativas de los pacientes cuando se trabaja como clínico también ha sido una motivación de importancia significativa”.

El equipo de la Dra. Takahashi está actualmente preparando los estudios clínicos dirigidos a la retinitis pigmentosa, una enfermedad ocular hereditaria, trasplantando células fotorreceptoras. “Como estoy decidida a hallar las aplicaciones de las células iPS en los tratamientos lo más rápido posible, he participado activamente en la creación de las regulaciones para sus aplicaciones prácticas en la medicina regenerativa. En Japón, donde los estudios clínicos y los ensayos clínicos pueden realizarse al mismo tiempo, hay una ventaja significativa en el hecho de que la investigación pueda ser llevada a cabo por los doctores que también trabajan en entornos médicos. Esto ayuda a asegurar que proceden con un sentido de responsabilidad y un sentido ético profundo. Nuestros estudios clínicos avanzados han atraído la atención de investigadores de varios países que trabajan en la medicina regenerativa. Tengo la intención de mantener un ritmo rápido de investigación, de manera que podamos tratar las enfermedades del mayor número posible de pacientes”.

Diferencias entre trasplantes autólogos y alogénicos

	Trasplantes autólogos (células del propio paciente)	Trasplantes alogénicos (células de otra persona)
Tiempo	Largo período de preparación	Corto período de preparación
Coste	Alto	Bajo

Una característica de la cirugía de 2017 es que utiliza células iPS generadas a partir de otros individuos cuyo tipo de antígeno leucocitario humano (HLA, por sus siglas en inglés) coincide con el del paciente. Se espera que este enfoque suprima mejor las respuestas de rechazo en comparación con los trasplantes alogénicos convencionales.



En la operación de 2017, al igual que en 2014, la cirugía fue realizada por un colaborador de la Dra. Takahashi, el Dr. Yasuo Kurimoto, que es director del Departamento de Oftalmología del Hospital General Centro Médico de la Ciudad de Kobe. La operación fue realizada por un equipo de seis miembros y pudo finalizarse en el tiempo previsto de aproximadamente una hora.



La Dra. Takahashi ha jugado un papel clave en la construcción de los planes para el centro médico Kobe Eye Center, cuya finalización está prevista para otoño de 2017. Estas amplias instalaciones incluirán departamentos centrados en la investigación fundamental y la aplicación clínica de las células iPS para la regeneración retinal y otros usos prácticos para la medicina regenerativa, así como departamentos que proporcionarán apoyo de rehabilitación y empleo a pacientes con deficiencias visuales.

Esto es Japón

COMER
VISITAR
INVERTIR

Descubra Miyagi

60 millones de visitantes*

vienen a la prefectura de Miyagi cada año. Abundante en zonas verdes y calles bordeadas de árboles, a la capital de la prefectura de Sendai se la conoce como la “Ciudad de los Árboles”. La magnificencia y el encanto de Miyagi no solo se encuentran en su belleza paisajística, sino también en sus fiestas populares y numerosos eventos culturales. Aunque Miyagi sufrió tremendas pérdidas a consecuencia del Gran Terremoto del Este de Japón acontecido en marzo de 2011, ha logrado una vibrante recuperación gracias al apoyo de personas de todo el mundo. ¡Miyagi está deseando su visita!

* Datos de 2015, cortesía del Departamento de Comercio, Industria y Turismo, División de Turismo de la Prefectura de Miyagi.

Datos

- Población: aproximadamente 2,32 millones
- Superficie total: 7.282 km²
- Capital de la prefectura: Sendai
- Estados y provincias hermanados: provincia de Jilin (China), Delaware (Estados Unidos) y la Ciudad Metropolitana de Roma Capital (Italia)
- Relaciones internacionales: En 2017, la prefectura de Miyagi y el estado de Delaware (EE. UU.) celebran el 20 aniversario de la formación de su relación con estados hermanados. Además de los intercambios estudiantiles y culturales, tienen lugar eventos en Delaware donde se venden productos producidos en la prefectura de Miyagi con el objetivo de desarrollar canales de venta, así como una feria de alimentos donde los restaurantes japoneses de Delaware ofrecen cocina elaborada con ingredientes de Miyagi. La prefectura de Miyagi también continúa su intercambio centrado en la economía con el óblast de Nizhni Nóvgorod de Rusia, impulsado por un acuerdo de cooperación promulgado entre los gobernadores de los dos estados en 2010.



Mascota de Turismo de Sendai: Miyagi Musubimaru

Acceso: aproximadamente 350 km desde Tokio hasta Sendai (90 minutos en el tren de alta velocidad Shinkansen o 55 minutos en avión desde el Aeropuerto de Narita)

VISITAR



Aguas termales

Miyagi disfruta de varias aguas termales con una historia que abarca un período de más de mil años. Dispone de aguas termales con una variedad de cualidades especiales; hay numerosas aguas termales repartidas por toda la prefectura desde las montañas hasta las llanuras y la costa. Estas aguas termales no son solo populares entre los turistas, sino también entre la población local.



Área de Zaō

La cordillera de Zaō ofrece una mirada a un fenómeno natural que solo puede ocurrir bajo sus especiales condiciones climáticas: los *jūhyō*, o “árboles de hielo”. Sus originales formas que rememoran diferentes criaturas y su imponente tamaño han llevado a algunas personas a llamarlos “monstruos de nieve”. ¡Venga a caminar por los campos de *jūhyō* y a verlos de cerca!



Excursiones en barco por el río Abukuma

Disfrute de un recorrido de ocho kilómetros de ida y vuelta por el valle del río Abukuma. El área es un parque natural prefectural con muchos lugares pintorescos y formaciones de roca únicas. Disfrute del paisaje, cambiante según la estación del año, mientras goza de un tranquilo crucero por el río a bordo de un barco de recreo *yakatabune*.

▼ Para obtener más información sobre “VISITAR”, visite la siguiente página web (en inglés): <https://www.pref.miyagi.jp/site/kankou-en/>

COMER



Carne de vacuno de Sendai

Superando las normas de clasificación más estrictas de Japón, la de Sendai está clasificada como una de las mejores marcas de carne de vacuno de Japón. Puede disfrutar de su inolvidable sabor ya sea servida como bistec, *sukiyaki* o *shabu-shabu*.



Ostras

Miyagi es uno de los lugares más destacados de Japón para las ostras. El complejo sistema de calas de la prefectura lo hace ideal para la cría de ostras. Ricas en nutrientes, a las ostras se las llama "la leche del mar" y son especialmente deliciosas durante la estación fría.



Sake japonés

Los principales ingredientes del sake japonés son el arroz y el agua. Miyagi es una conocida región productora de arroz donde la elaboración de sake es una tradición que ha sido cuidadosamente preservada durante siglos. El severo invierno de Tōhoku ha dado lugar a un largo proceso de fermentación a baja temperatura que crea un sake con un sabor refinado.

▼ Para obtener más información sobre "COMER", visite la siguiente página web (en inglés): <https://www.foodkingdom-miyagi.jp/language/english.html>

INVERTIR



©Universidad de Tōhoku

Centro de I+D de la Universidad de Tōhoku

En la prefectura de Miyagi se están realizando importantes esfuerzos de colaboración entre la industria y el mundo académico, con la Universidad de Tōhoku como centro neurálgico. Proyectos de investigación ampliamente reconocidos incluyen la investigación conjunta sobre el Alzheimer con GE Healthcare, y la exitosa investigación exhaustiva y los esfuerzos de desarrollo en el campo de las ciencias de la vida llevados a cabo conjuntamente con Sanofi.



© Universidad de Tōhoku

Fabricación relacionada con la automoción y la electrónica

La prefectura de Miyagi es reconocida por su alta concentración de industrias relacionadas con el mundo del automóvil y la electrónica de alta tecnología. Un gran número de compañías internacionales con personal altamente cualificado, incluyendo Kärcher Japan y Sandvik Tooling Supply Japan, tienen sus plantas de producción en Miyagi.



Infraestructuras de nivel mundial

Conectada al mundo por una variedad de seguras infraestructuras de alta calidad, Miyagi es un centro para el transporte marítimo internacional y para las rutas comerciales, para el tren bala y para las conexiones ferroviarias, así como para vuelos nacionales e internacionales.

▼ Para obtener más información sobre "INVERTIR", visite la siguiente página web (en inglés): <http://www.pref.miyagi.jp/kokusai/investmiyagi/>



Ari Horie

Directora general de Women's Startup Lab. Se graduó en la Universidad Estatal de California en 1997. En 2013 fundó Women's Startup Lab en Silicon Valley para llevar a cabo intensivos programas de formación de inmersión para mujeres emprendedoras. Seleccionada como una de las "10 mujeres visionarias" de CNN y una de las "20 mujeres que están cambiando las estadísticas" de Marie Claire.

Serie: Japoneses que contribuyen en otras partes del mundo

Ayudando a las mujeres emprendedoras a prosperar, desde Silicon Valley hasta más allá

Seleccionada como una de las "10 mujeres visionarias" de CNN

Hay muchos "aceleradores" que apoyan a los emprendedores, pero el llamado *Women's Startup Lab*, dirigido por Ari Horie en Silicon Valley, es un poco diferente. Como su nombre sugiere, la compañía de Horie ofrece programas de formación y apoyo de inmersión en vivo, centrados en ayudar a las mujeres emprendedoras a florecer. Pero, ¿de dónde sacó la idea de centrarse en las mujeres?

Según Horie, su ímpetu se remonta al trascendental momento en que se convirtió en madre. Horie llegó a los Estados Unidos cuando tenía 18 años y, después de graduarse de la universidad, fue contratada por IBM de los Estados Unidos, donde trabajó para el equipo de marketing global en Silicon Valley. A continuación, se hizo camino a través de varias empresas emergentes (*start-ups*) de Silicon Valley, y

luego, en 2003, pasó por la experiencia de dar a luz y empezar a criar a un niño. Fue entonces cuando se dio cuenta de una sorprendente verdad: "Aunque vivía en Silicon Valley, en el momento en que empecé a criar a mi hijo, todo era de baja tecnología, desde cambiar pañales hasta comunicarse con la escuela", dice Horie. "Me encontraba en un mundo desconectado de las tecnologías de la información. Todo el día estaba con un boli, papel y el teléfono en la mano". Así reparó por primera vez en que, en campos como la educación y el cuidado de los niños, en los que los hombres participan relativamente poco, la tecnología todavía no se utiliza mucho.

Más tarde, en 2011, cuando Horie había fundado, por su cuenta, una empresa emergente relacionada con la educación, se topó con tres obstáculos a los que

se enfrentan las mujeres emprendedoras: “El primer problema era que los inversores eran en su mayoría hombres cuyas experiencias no coincidían con modelos de negocios relacionados con la crianza de los hijos, el cuidado de familiares y tareas similares desde la perspectiva de una mujer. El segundo problema era que la abrumadora mayoría de los emprendedores e ingenieros de Silicon Valley eran hombres jóvenes, lo que dificultaba a las pocas mujeres que había entre ellos ser aceptadas en esas redes de trabajo. Finalmente, el tercer problema era que las mujeres en esa industria tenían prioridades contrapuestas en sus vidas relacionadas con la familia, lo que les hacía más difícil centrarse en sus empresas emergentes”.

Fue entonces cuando Horie decidió fundar en 2013 el Women’s Startup Lab, pensando que la sociedad necesita más mujeres líderes emprendedoras para traer cambios nuevos y positivos al mundo. Recordando los problemas a los que ella misma se había enfrentado como emprendedora, comenzó a idear planteamientos innovadores que utilizaban el apoyo de los expertos de la industria y personas influyentes para ayudar a las emprendedoras a tener éxito. En el Women’s Startup Lab, Horie y su equipo se reúnen con emprendedores de Estados Unidos, Japón, China y muchos otros países, y comen y duermen juntos durante dos semanas mientras asisten a talleres y a debates. Según Horie, lo que distingue notablemente a su acelerador de otros es que el suyo “nutre” a los emprendedores como personas, en lugar de concentrarse solo en sus empresas emergentes. La formación consiste en unidades en las que los emprendedores reexaminan sus objetivos y aprenden a tener una mentalidad empresarial para ayudarles a vencer el miedo y la

incertidumbre. Para su currículo, Women’s Startup Lab incorpora a emprendedores e inversionistas conocidos como Phil Libin, el fundador de Evernote, y los contenidos incluyen sesiones de asesoramiento interactivo sobre cómo administrar una empresa emergente, cómo mejorar las habilidades de liderazgo y cursos de formación sobre “la mente, la acción y el cuerpo” especialmente dirigidos a las mujeres.

“El ideograma japonés que significa ‘persona’ y se pronuncia *hito* se expresa gráficamente mediante dos seres humanos apoyándose el uno al otro [人]” explica Horie. “En el Women’s Startup Lab, la sinergia de las personas que se reúnen y el hecho de que “1 + 1 se convierte en 5” se denominan *hitología*. Uno de nuestros objetivos es formar a los líderes, poner a los participantes en contacto con los asesores adecuados, presentarles a las personas clave adecuadas que pueden ofrecer un mayor conocimiento especializado y crear conexiones permanentes y significativas entre personas que continuarán apoyando sus esfuerzos, incluso mucho después de que el programa de inmersión de dos semanas haya terminado”.

Horie aconseja a las mujeres emprendedoras que “al emprender un negocio, lo más importante es que no se enamoren de su idea, sino que se enamoren de la idea de cómo resolver el problema del cliente y hacer un producto que les encante. De vez en cuando, incluso tienes que deshacerte de todas las ideas que aprecias. Si estás preparada para hacer todo lo que sea necesario para asumir los desafíos, conseguirás, sin duda, gestionar un buen negocio a largo plazo”. El Women’s Startup Lab continuará moldeando el futuro a través de la formación de mujeres emprendedoras y usando su *hitología* para ayudarlas a prosperar.



Mujeres de los Estados Unidos, Japón, China, Indonesia, Canadá y otros países que aspiran a llevar sus empresas emergentes a un nuevo nivel vienen al Women’s Startup Lab. A fecha de abril de 2017, 90 emprendedoras han completado la formación y tres de ellas han logrado el éxito en sus empresas.



Horie con emprendedoras que están tomando parte en el Women’s Startup Lab.



Residencia del Women’s Startup Lab en Silicon Valley. Entre cinco y quince mujeres participan en cada programa y conviven aquí durante dos semanas.



Eri Machii

Directora representante de AfriMedico y farmacéutica. Después de dejar su puesto en una compañía farmacéutica, trabajó durante dos años, de 2008 a 2010, como voluntaria para combatir enfermedades contagiosas con los Voluntarios Japoneses para la Cooperación con el Extranjero en Níger, África. Estudió en la Escuela de Posgrado de Gestión de la Universidad Globis, donde se le ocurrió la estructura del modelo empresarial *okigusuri*. En 2014 fundó la organización sin ánimo de lucro AfriMedico. En 2017, fue seleccionada como una de las “Cincuenta y cinco mujeres japonesas que se enfrentan a desafíos globales” de Forbes Japan.

Serie: Japoneses que contribuyen en otras partes del mundo

Okigusuri: un enfoque japonés para un mejor acceso a la medicina en África

Con una historia que supera los 320 años, el *okigusuri* es un método de venta tradicional japonés de “usar primero y pagar después” nacido en la prefectura de Toyama, en el que las medicinas se colocan en una caja en el hogar o en el lugar de trabajo y el dinero que cuestan se cobra más tarde, una vez se han utilizado. AfriMedico es una organización sin fines de lucro que introdujo este sistema de *okigusuri* en África con el fin de distribuir medicamentos por las regiones de Tanzania que carecen de suficiente atención médica. Esta organización fue fundada por una farmacéutica japonesa, Eri Machii.

Durante su participación en actividades de voluntariado en el extranjero cuando era estudiante universitaria, Machii decidió hacer contribuciones más significativas a los problemas médicos de los países en vías de desarrollo. Para ayudar a proporcionar apoyo médico en África, dejó su trabajo y fue a Níger como miembro del Programa de Voluntarios Japoneses para la

Cooperación con el Extranjero. En una clínica en Níger, se enteró de que la medicina no llegaba a los pacientes que la necesitaban. Machii explica que “en África, los gastos de viaje y de transporte son altos, lo que dificulta que las personas que viven en los lugares más apartados puedan ir a los hospitales y hace que la entrega de medicamentos a pueblos distantes sea casi imposible. Como resultado, esas personas no pueden ser tratadas en las primeras etapas de sus enfermedades, por lo que sus problemas se agravan. Esta situación me llevó a preguntarme qué podía hacerse para entregar los medicamentos a las personas que los necesitan”.

A pesar de ser capaces de impartir conocimientos médicos al pueblo de Níger, factores como la situación económica de las comunidades locales hacen imposible mejorar su situación sanitaria. Sintiendo que no era apta para hacer frente a la situación, a su regreso a Japón, Machii asistió a una escuela de posgrado en gestión para saber qué tipo de sistema sostenible podría ser

gestionado principalmente por la población local. Allí se le ocurrió el modelo empresarial del *okigusuri*, que podría permitir que los lugareños asumieran un papel más importante en el cuidado de su propia salud. Según Machii, en siglos pasados hubo tres factores que popularizaron el *okigusuri* en Japón: una infraestructura subdesarrollada, la falta de seguro de salud universal y el hecho de que las familias grandes vivieran juntas. Su investigación reveló que hay muchos lugares en países como Níger y Tanzania que se ajustan a esos mismos criterios y que tienen importantes necesidades, lo que la llevó a considerarlos candidatos para el sistema *okigusuri*. Machii pensó que, al transportar grandes cantidades de medicamentos a diversos lugares a la vez, podría mantener bajos los costos del transporte. Además, utilizando el dinero ganado a través del *okigusuri* en ciudades donde hay una gran demanda, podría proporcionar un suministro constante de medicamentos a las aldeas remotas a los mismos precios que en las ciudades. En 2014, junto con unos 20 miembros que deseaban contribuir a mejorar la situación médica en África, Machii fundó AfriMedico. Con el asesoramiento de una red de farmacéuticos locales de Tanzania, la organización comenzó su actividad.

Según Machii, “AfriMedico tiene un equipo local de unos 10 miembros integrado por farmacéuticos y enfermeros tanzanos. Ese equipo es responsable de seleccionar los medicamentos requeridos y visitar los hogares donde se guardan los medicamentos. Mientras



El sistema *okigusuri* establecido por AfriMedico consta de aproximadamente diez medicamentos diferentes. Además de un agente analgésico y gastrointestinal, el kit contiene un repelente de insectos y un kit de prueba de malaria para combatir esta enfermedad.



En la Japan Fair, una exposición que se celebró conjuntamente con la TICAD VI (Conferencia Internacional de Tokio sobre el Desarrollo de África) en Nairobi, Kenia, en septiembre de 2016. AfriMedico exhibe en diversos eventos para promover sus actividades y reunir contribuciones económicas.

tanto, nuestro equipo japonés colabora con compañías farmacéuticas japonesas y realiza encuestas en África, además de aumentar la concienciación a través de eventos y otro tipo de iniciativas”.

En la actualidad, hay más de 50 hogares en aldeas de dos provincias de Tanzania en los que se estableció el sistema *okigusuri*, que las comunidades locales han elogiado: “Ahora los síntomas de las enfermedades pueden aliviarse inmediatamente con medicamentos seguros gracias al sistema *okigusuri*”. Aunque el sistema está finalmente en el buen camino, los recursos humanos y los fondos son temas que tenemos que afrontar con el fin de ampliar aún más el alcance de esta actividad. Según Machii: “Para fortalecer nuestra organización, necesitamos hacer que más gente tome conciencia de esta actividad y aumentar el número de personas que nos apoya”.

“En el futuro, vamos a ampliar la concienciación sobre las medidas contra la malaria y el saneamiento a través de grupos de estudio y eventos a medida para tratar de alcanzar nuestro objetivo final, que es que la gente local pueda gestionar más su medicación por sí misma”, dice Machii.

A través de los esfuerzos de AfriMedico, el *okigusuri* se ha convertido en un fenómeno cultural que une África y Japón. Para Machii y su organización, es un punto de partida para los desafíos futuros.



Un juego de *okigusuri* colocado en un pueblo. El pago de los medicamentos utilizados se realiza por teléfono móvil, utilizando el sistema de transferencia de dinero “M-PESA”. Para el futuro, se está considerando la posibilidad de añadir medicamentos japoneses a los productos ofrecidos en el *okigusuri*.



La influencia del jefe de la aldea es significativa en las aldeas de Tanzania. A la hora de introducir el sistema *okigusuri*, todo comienza con una visita seguida de debates con el jefe de la aldea.

Tejiendo para unir el mundo

“Mi cerebro está hecho para tejer. Si veo algo interesante, inmediatamente pienso en cómo puedo tejerlo”. Bernd Kestler —artista tejedor, diseñador e instructor— teje de todo, desde calcetines y bufandas corrientes hasta *haori* (chaquetas de kimono) y pantallas para lámparas, no tan típicos.

Criado en una pequeña ciudad de Alemania, a Kestler le encantaba jugar al aire libre. También disfrutaba de los hermosos artículos de punto que su hermana mayor hacía para él. Cuando tenía 12 años, sucedió algo que cambió su vida: “Mi hermana comenzó a tejer más para su novio y menos para mí. Así que aprendí por mí mismo a hacer punto y lo he seguido haciendo durante más de 40 años”.

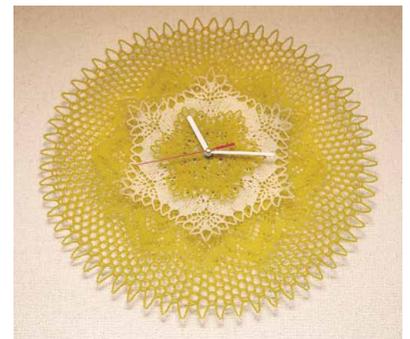
Mientras estaba en la universidad, Kestler trabajaba a tiempo parcial para una empresa que desarrollaba y organizaba seminarios de negocios. “Organicé clases sobre la filosofía de gestión japonesa, así que tuve que estudiar sobre negocios, tradiciones y cultura moderna, como la animación y los videojuegos, del país. ¡Japón me fascinó!”, explica. Después de graduarse, obtuvo su primer trabajo en Tokio con una compañía de diseño de interiores. Aunque disfrutaba de su trabajo, sentía que le faltaba algo. Cuando conocía a personas que hacían lo que les gustaba para ganarse la vida, Kestler se preguntaba: “¿Por qué yo no hago lo mismo?”. Finalmente, en 2010, decidió comenzar su primera clase de punto.



“Pienso en tejer todo el día, incluso en mis sueños. No necesito vacaciones, porque no necesito escaparme de nada.”



En la clase de Kestler, los estudiantes crean lo que quieren mientras disfrutan conversando en japonés, alemán e inglés.



Las obras de Kestler varían desde prendas de punto hasta accesorios para interiores como un reloj de pared.



Los calcetines sin talón son una de las obras maestras de Kestler. Se adaptan a todos los tamaños y son fáciles de hacer, incluso para los principiantes.



Como parte de su proyecto "Tejer para Japón", Kestler realizó una manta enorme con gente de Tōhoku que obtuvo el récord Guinness como la manta de ganchillo más grande del mundo.

Kestler a menudo piensa en cómo hacer punto puede no solo satisfacer deseos creativos, sino también contribuir a la sociedad. Su proyecto "Tejer para Japón" ejemplifica esta búsqueda. Después del Gran Terremoto del Este de Japón de marzo de 2011, Kestler y sus amigos donaron guantes, bufandas y sombreros tejidos a mano a personas de Tōhoku que perdieron sus hogares. "Después de un año, supe que necesitaban algo más. Comencé a pensar en lo que podríamos hacer que también involucrara a la gente local. Pensé que, tejiendo cuadrados juntos, podrían interactuar entre sí y se animarían". Kestler pidió a la gente en Japón y a amigos de todo el mundo que hicieran "cuadrados de la abuela" de ganchillo de 20 cm × 20 cm. "Muchos simpatizantes, amigos y una compañía japonesa de hilados ofrecieron ayuda", dice Kestler. "La respuesta fue abrumadora". Con sus voluntarios, Kestler unió 11.250 cuadrados de la abuela y compuso una manta de 476,78 metros cuadrados, una hazaña con la que obtuvo un récord mundial Guinness y un premio del Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón. "Los premios fueron un gran honor y supusieron un detalle conmovedor para todos los involucrados en el proyecto", dice. "Cada uno de nosotros se sentó durante una hora pensando en la gente de Tōhoku, mientras tejíamos los cuadrados. Estábamos tejiendo para unir el mundo. Eso fue muy especial". Kestler luego dividió la manta gigante en mantas más pequeñas para regalárselas a las personas que vivían en refugios en las zonas afectadas por el terremoto.

¿Le cansa el hecho de estar pensando noche y día en tejer a Kestler? "Nunca. Está en mi ADN. Tejer es mágico; todo el mundo puede crear algo hermoso con sus manos. Japón me dio la oportunidad de hacer lo que realmente disfruto. Me gustaría explorar la cultura japonesa y las artesanías tradicionales e incorporar métodos tradicionales de teñido como el *ai-zome* (teñido de índigo) y el *kusaki-zome* (teñido botánico) en mis tejidos. Incorporando hermosos colores a la vida de las personas y mostrándoles lo emocionante que puede ser tejer, quiero cambiar la percepción que tienen sobre el punto. Los colores traen felicidad y la historia japonesa está llena de colores asombrosos. Espero que la gente pueda disfrutar de estos colores a través de mis obras".



Bernd Kestler

Nació en el condado de Hessen, Alemania. En la universidad estudió horticultura y en Inglaterra trabajó como diseñador paisajista. Se trasladó a Japón en 1998. Vive en Yokohama y trabaja en sus tejidos mientras disfruta de la jardinería.

Construyendo un puente cultural entre Japón y Rusia

Sinceramente, cuando elegí el japonés como materia secundaria en la universidad no sentía interés por Japón. Mi especialidad era el inglés, y tuve que elegir entre el alemán y el japonés como segundo idioma de estudio. Yo estaba estudiando en San Petersburgo, una ciudad rusa cercana a Europa, y estaba familiarizada con la cultura occidental, así que elegí japonés para aprender algo nuevo. Cuando empecé a conocer Japón, me sentí inmediatamente atraída por su cultura única.

Mi universidad tenía un programa de intercambio de estudiantes con la Universidad Kansai Gaidai de Hirakata, Osaka. Fui seleccionada para ese programa y llegué a Japón por primera vez en 2012. Además del idioma, estudié varios temas relacionados con Japón, como por ejemplo la globalización y el arte japonés. Todo lo que rodeaba mi vida cotidiana era nuevo para mí, pero lo que más me impresionó fue la amabilidad de la gente. Por ejemplo, cuando preguntaba el camino para ir a un lugar, la gente me acompañaba parte del trayecto para asegurarse de que no me perdiera.

Después de graduarme de la universidad, esperaba conseguir un trabajo relacionado con Japón y estaba buscando una oportunidad para trabajar aquí, ya que realmente me gustaban el país y la gente. Además, cuando me di cuenta de que la mayoría de los japoneses no sabían mucho de Rusia,

quise un trabajo que me permitiera darles a conocer mi país. Solicité un puesto como coordinadora de relaciones internacionales (CIR, por sus siglas en inglés) del programa JET y comencé a trabajar en Asahikawa, Hokkaidō, en agosto de 2014.

Ahora trabajo para la División de Intercambio Económico del Departamento de Economía y Turismo de la ciudad de Asahikawa. Adoro todos los aspectos de mi trabajo, incluso los desafíos. Tengo la suerte de contar con muy buenos compañeros a los que puedo consultar siempre que lo necesito. También me siento cómoda trabajando con ellos, ya que me tratan como a un miembro japonés más del personal, no como a una extranjera. Mi trabajo incluye la traducción, la interpretación y cualquier otra tarea relacionada con las relaciones internacionales. Asahikawa tiene relaciones de intercambio económico y cultural muy activas con Rusia y recibe a muchos visitantes. Este año la ciudad celebra el quincuagésimo aniversario de su acuerdo de amistad con Yuzhno-Sajalinsk, por lo que estoy trabajando en diversos eventos conmemorativos. Por ejemplo, he organizado la participación de una banda de metales de una escuela de cadetes en Yuzhno-Sajalinsk este año en el Hokkaidō Ongaku Daikōshin (desfile musical), que se celebra en Asahikawa en junio todos los años. Además, realizo mi trabajo como traductora y coordinadora de eventos anuales como por ejemplo en la feria de productos del norte de Hokkaidō en Yuzhno-Sajalinsk. Además, regularmente organizo seminarios para dar a conocer el estilo de vida y la cultura de Rusia. Mi clase de cocina rusa es muy popular, ya que los asistentes pueden experimentar la verdadera cocina rusa en Asahikawa, lugar donde no hay restaurantes de este tipo.



María Semenova

Nació en la República de Udmurtia. Se graduó de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad Pedagógica Estatal de Herzen de Rusia. Disfruta del arte marcial japonés del aikido, el esquí alpino y el *snowboard*, deportes que comenzó a practicar después de venir a Japón. Aparte de Asahikawa, donde vive actualmente, le gusta mucho Kioto, ya que su ambiente y su patrimonio histórico le recuerdan a San Petersburgo.



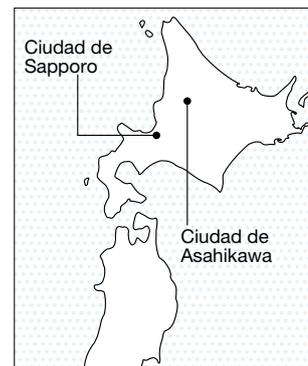
Semenova con sus colegas discutiendo sus próximos eventos.



La gastronomía rusa es una buena manera de aprender sobre la cultura rusa.

Los fines de semana y días festivos, viajo alrededor de Hokkaidō para aprender más sobre esta región. También me gusta ver a mis amigos japoneses después de mis entrenamientos de aikido, un arte marcial japonés. Asahikawa es una ciudad muy bonita. Disfruto de su paisaje todos los días, nunca me canso de verlo.

Cuando regrese a Rusia, espero tener un trabajo en el que pueda ayudar a la gente rusa a entender mejor Japón. También deseo seguir dando a conocer Rusia a la gente de Japón. Creo que Japón y Rusia tienen muchas cosas de las que pueden aprender mutuamente y muchas maneras de poder crecer juntos. Espero poder servir de puente entre ambos países.



Semenova hizo de guía e intérprete para los estudiantes y el profesor de la banda de metales de la escuela de cadetes de Yuzhno-Sajalinsk, cuando hicieron una visita de cortesía al alcalde de la ciudad de Asahikawa.



Probando *blini* ruso antes del entrenamiento de aikido.



Participando en las Fiestas de Verano de Asahikawa con un kimono de verano llamado *yukata*.

El programa JET

El Japan Exchange and Teaching Programme (JET) se inició en 1987 con la finalidad de promover el intercambio internacional entre Japón y otros países al nivel de las bases, y es hoy uno de los mayores programas del mundo en el campo del intercambio internacional. Los participantes del JET se distribuyen por todas las regiones de Japón y desempeñan una de estas tres funciones: auxiliar de profesor de inglés (ALT), coordinador de relaciones internacionales (CIR) o asesor de intercambios deportivos (SEA). En 2016 el programa JET acogió a 4.952 participantes, y en la actualidad hay aproximadamente 62.000 exparticipantes procedentes de 65 países de todo el mundo.



Sitio web oficial del programa JET (en inglés):

<http://jetprogramme.org/en/>

Somos *Tomodachi*

Verano de 2017

Publicado por



Gobierno de Japón

Editado por

Oficina de Relaciones Públicas, Oficina del Gabinete
y
Oficina de Comunicaciones Globales, Secretaría del Gabinete

1-6-1 Nagatachō, Chiyoda-ku, Tokio
100-8914, Japón

Estaremos encantados de recibir sus aportaciones.
Por favor, envíenos sus comentarios.

https://www.kantei.go.jp/foreign/forms/comment_ssl.html

Enlaces a las páginas web de los ministerios (en inglés)

Oficina del Gabinete <http://www.cao.go.jp/index-e.html>
Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca <http://www.maff.go.jp/e/>
Ministerio de Defensa <http://www.mod.go.jp/e/>
Ministerio de Economía, Comercio e Industria <http://www.meti.go.jp/english/>
Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología <http://www.mext.go.jp/english/>
Ministerio de Medioambiente <http://www.env.go.jp/en/>
Ministerio de Finanzas <https://www.mof.go.jp/english/index.htm>
Ministerio de Asuntos Exteriores <http://www.mofa.go.jp>
Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar <http://www.mhlw.go.jp/english/>
Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones <http://www.soumu.go.jp/english/index.html>
Ministerio de Justicia <http://www.moj.go.jp/ENGLISH/index.html>
Ministerio del Territorio, Infraestructuras, Transportes y Turismo <https://www.mlit.go.jp/en/>
Agencia de Reconstrucción <http://www.reconstruction.go.jp/english/>
Autoridad Reguladora Nuclear <http://www.nsr.go.jp/english/>

Somos *Tomodachi*

Verano de 2017



Japan. Sharing tomorrow.

Somos *Tomodachi*

Verano de 2017

<http://www.japan.go.jp/tomodachi>



Gobierno de Japón



<http://www.japan.go.jp>



Puede suscribirse al boletín informativo *Tomodachi* en la siguiente URL (en inglés).

<http://www.mmz.kantei.go.jp/tomodachi/subscribe.php>