

# EXPORTA A JAPÓN

CÓMO MAXIMIZAR CADA  
OPORTUNIDAD DE VENTA

Daniel Cabrera

19 marzo 2025



# CONTENIDO

- 1 Panorama del mercado**
- 2 Datos del mercado**
- 3 Hábitos del consumidor**
- 4 Ingreso al mercado**
  - Retos y soluciones
  - Estrategias de mercado

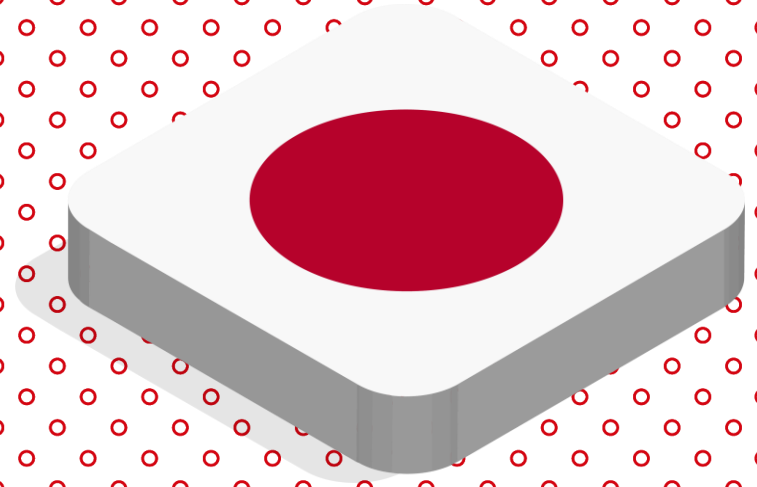


# PANORAMA DEL MERCADO

## ¿Por qué Japón?

Japón es un **país altamente desarrollado** con un poder adquisitivo significativo, una **población digitalmente madura** y una fuerte penetración de tarjetas de crédito y teléfonos inteligentes.

**Las regulaciones comerciales japonesas son fáciles de entender** y sus leyes fiscales son relativamente sencillas.



## DATOS DEL MERCADO

Japón ha sido relativamente lento en adoptar las compras en línea, pero está creciendo rápidamente. **Cada año, el comercio electrónico representa alrededor del 0,5 % del total del comercio minorista**, a medida que crece su popularidad.

La **penetración de usuarios** (el número de consumidores adultos que utilizan regularmente el comercio electrónico) será del **78,5 % para finales de 2023** y se espera que alcance el 92,8 % para 2027.

La rapidez en las entregas es una parte importante del creciente crecimiento del comercio electrónico. La rapidez y la comodidad son vitales.

Este crecimiento es impresionante considerando la posición económica de Japón en el mundo: **es la tercera economía más grande después de Estados Unidos y China.**

**10.29%**  
crecimiento del  
comercio electrónico

**8.78%**

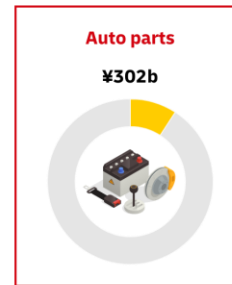
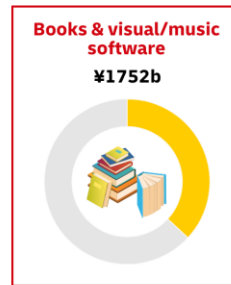
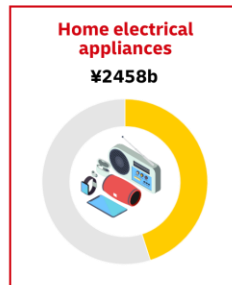
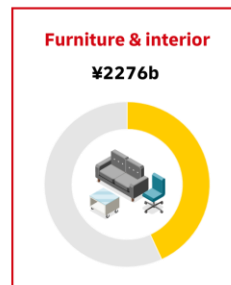
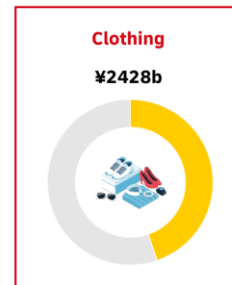
Participación del  
comercio electrónico en  
el comercio minorista total



# ¿QUÉ COMPRAN LOS COMPRADORES JAPONESES EN LÍNEA?

## DATOS DEL MERCADO

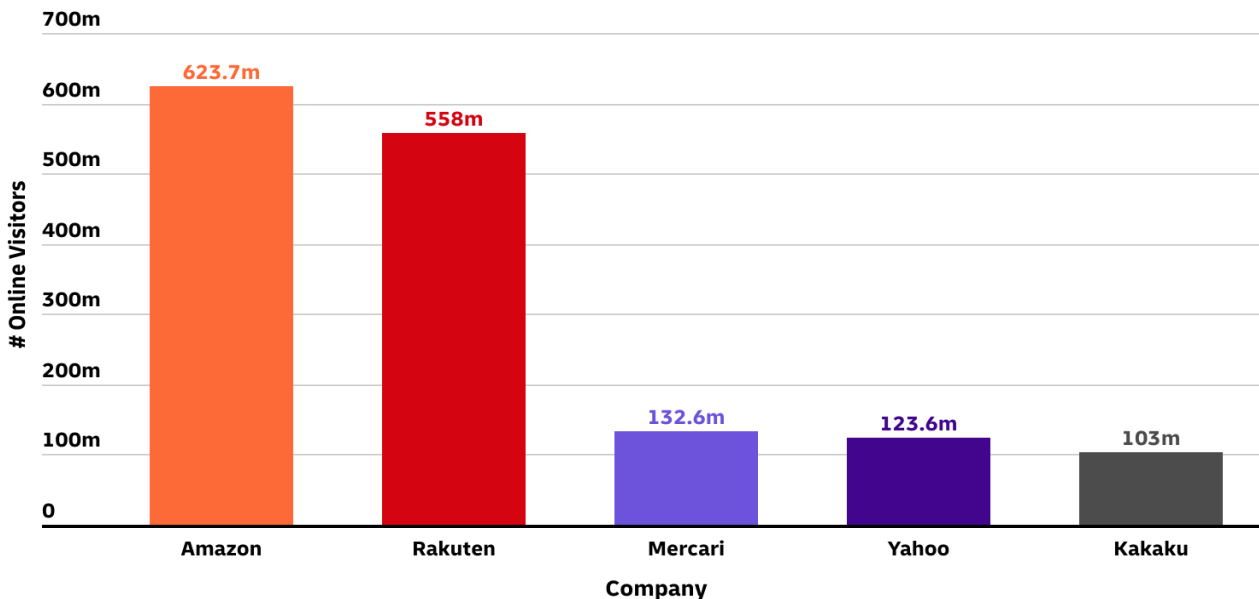
A diferencia de otros países, el comercio electrónico en Japón no está dominado exclusivamente por la moda y la ropa. La alimentación, los cosméticos y productos farmacéuticos, los electrodomésticos y la decoración de interiores son igualmente importantes.



# ¿DÓNDE REALIZAN SUS COMPRAS EN LÍNEA LOS CONSUMIDORES EN JAPÓN?

## DATOS DEL MERCADO

Los cinco mercados en línea más populares de Japón.



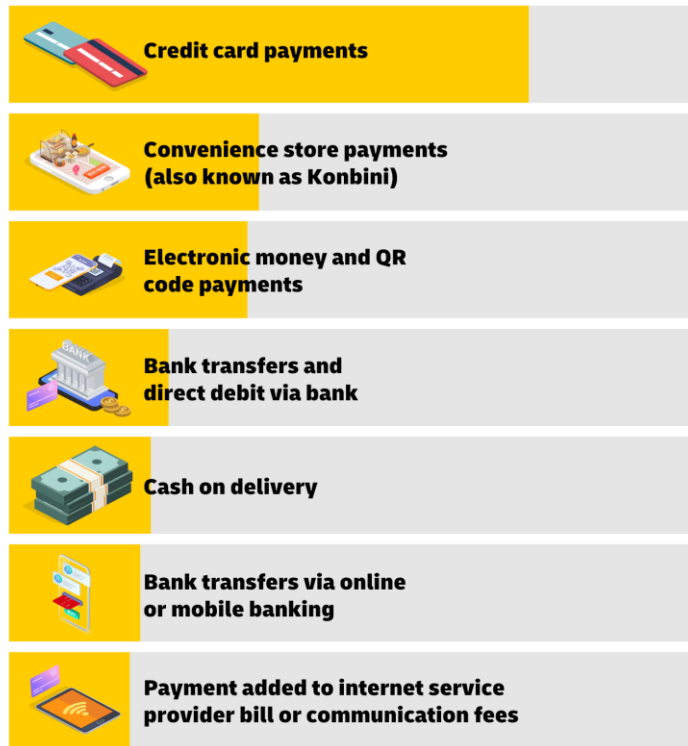
# MÉTODOS DE PAGO POPULARES

## DATOS DEL MERCADO

Las **tarjetas de crédito** son el método de pago más popular para compras en línea entre los compradores digitales en Japón.

Otro método de pago único en Japón es **pagar en tiendas de conveniencia** (conocidas como Konbini), que representa aproximadamente un tercio de los pagos y está disponible en 55.000 establecimientos en todo el país. Este método es especialmente popular entre los adolescentes sin cuenta bancaria ni acceso a crédito.

El **pago contra** entrega también es relativamente común, ya que alrededor del **20%** de los compradores en línea lo utilizan debido a su aparente seguridad y anonimato al realizar compras en línea.

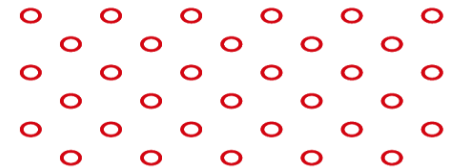
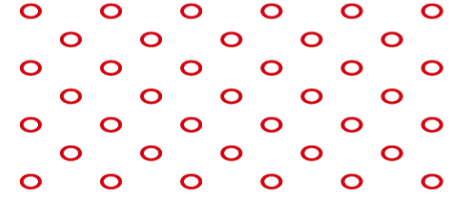


# HÁBITOS DEL CONSUMIDOR

## APROVECHA AL MÁXIMO LAS VACACIONES DE LOS JAPONESES

Japón tiene una serie única de días festivos y eventos nacionales que los proveedores de comercio electrónico deben tener en cuenta:

- Las compras de regalos aumentan durante el **Día de San Valentín**, el Día Blanco y el Día de Navidad.
- Muchos japoneses se toman vacaciones durante el **Shogatsu** (período de vacaciones de Año Nuevo: del 28 de diciembre al 3 de enero) y el **feriado de Obon** (5 días a mediados de agosto) y tienden a ausentarse de casa.
- **Hatsu-Uri** (venta de Año Nuevo) se lleva a cabo a principios de enero.
- La **liquidación de invierno** se lleva a cabo en febrero, principalmente para artículos de moda.
- La **venta de Shin Sei Katsu** (ventas de regreso a clases y nueva vida) se realiza desde marzo hasta principios de abril (recientemente comenzó a mediados de febrero).
- La **venta de la Semana Dorada** se lleva a cabo desde finales de abril hasta principios de mayo.
- La **venta de bonificación** se realiza en verano/invierno (las bonificaciones de temporada se pagan dos veces al año en Japón, a principios de julio y mediados de diciembre), en junio-julio y diciembre.



# ENTRANDO AL MERCADO

SEA INTELIGENTE DONDE VENDE

## ESTRATEGIA DE MERCADO

- Vende en **plataformas de comercio electrónico** japonesas. Considera vender tus productos en plataformas de comercio electrónico populares en Japón. Esto puede ayudarte a llegar a un público más amplio y aumentar tus ventas.
- Ofrezca **una entrega rápida y flexible**, y sea inteligente con lo que vende.
- Los consumidores japoneses están acostumbrados a servicios de entrega flexibles que ofrecen plazos de entrega ajustables, incluyendo entregas en un día. Las casas y los espacios interiores de vivienda y trabajo en Japón no tienen mucho espacio, por lo que los artículos grandes para el hogar o los muebles vendidos por marcas internacionales no suelen tener mucha demanda.



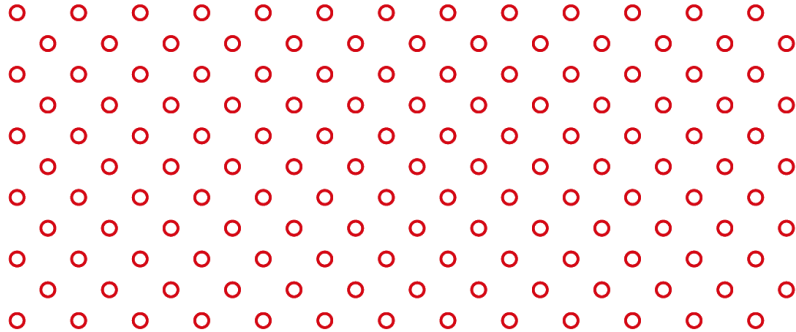
# ENTRANDO AL MERCADO

## DISTRIBUCIÓN Y CERTIFICACIÓN

### EL RETO

Comprenda los procedimientos y requisitos de importación para enviar productos a Japón. Las direcciones y los códigos postales japoneses deben indicarse con precisión, ya que muchos nombres de ciudades y calles pueden sonar similares.

- Comprender y garantizar que cumple con los estándares de certificación y los requisitos necesarios.



### LA SOLUCIÓN

- Encontrar un distribuidor japonés puede ayudarle a navegar por el mercado local y facilitarle la venta de sus productos en Japón: **DHL es el líder del mercado.**
- DHL Express Japón y la Aduana de Tokio han firmado un memorando de entendimiento para mejorar el despacho de aduanas de la carga expresa internacional que forma parte del programa de Operador Económico Autorizado (OEA) bajo el cual DHL está certificado.
- Los productos alimenticios deben estar claramente etiquetados en japonés en el punto de venta para indicar su país de origen y cualquier alérgeno potencial. Las leyes de higiene alimentaria también se aplican a otros productos relacionados con la comida o el consumo humano, como utensilios de cocina y utensilios de cocina.

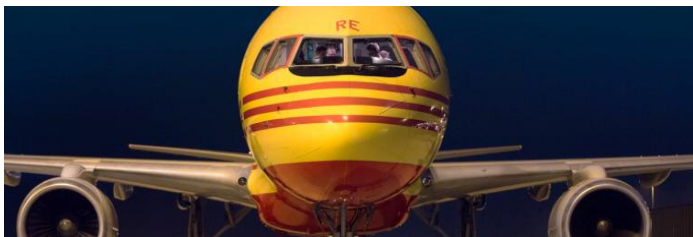
# Los especialistas internacionales en Japón

**240**

Vuelos semanales  
dentro y fuera de Japón

**3**

Puertas de  
embarque



**25+ & 75+**

Centro de servicio y  
establecimiento  
minorista



**1,800**

Trabajadores

**50%**  
Cuota de  
mercado<sup>1)</sup>



**3720+**

Casilleros para paquetes

**710+**

Vehiculos<sup>2)</sup>

**ISO**

9001  
certificados



**3** Instalaciones certificadas  
por la Asociación de  
Protección de  
Activos  
Transportados

1) ) Basado en investigación interna Nota: Válido a partir de marzo de 2024; 2) Camiones y furgonetas propios, arrendados y subcontratados.

# ¿Por qué elegir DHL Express hacia y desde Japón?

1



DHL Express tiene la mayor participación en el mercado de envíos aéreos expresos e internacionales<sup>1</sup>) en Japón: 50%. El competidor más cercano tiene el 30%.

2



El único proveedor internacional de servicios exprés que ofrece vuelos desde y hacia Nagoya. Esto permite la entrega más temprana y la recogida más tardía en el centro de Japón.

3



La colaboración a largo plazo entre DHL Japón y Japan Airlines fortalece nuestra red aérea entre Japón y el Este de Asia. Garantiza respuestas flexibles y estables a los cambios en la demanda y al rápido crecimiento del transporte de carga, especialmente en la importante ruta China-Japón.

4



DHL ha implementado el sistema "Clear In the Air" para el despacho de aduanas, que inicia los trámites antes de que los envíos lleguen a su destino. Este sistema nos permite acortar el tiempo de despacho de aduanas y contribuye a una entrega más rápida.



8



La certificación global ISO 9001:2008 confirma la adhesión a los requisitos del sistema de gestión de calidad.

7



El servicio de atención al cliente de DHL Express Japón ha ganado múltiples premios de organizaciones externas.

6



27 centros de servicio y 76 puntos de servicio en todo Japón garantizan una buena cobertura y un fácil acceso a los servicios de DHL.

5



DHL Express Japón y la Aduana de Tokio han firmado un memorando de entendimiento para mejorar el despacho de aduanas de la carga expresa internacional que forma parte del programa de Operador Económico Autorizado (OEA) bajo el cual DHL está certificado.

1) ) Basado en investigación interna

## Conectando Japón con el mundo

Solo DHL opera tres aeropuertos en Japón, incluido el Aeropuerto Internacional de Japón Central (NGO) de Nagoya. Ofrece el mejor servicio de transporte aéreo exprés a la región central de Japón.



## Últimas inversiones en Japón

# 34

34 vehículos eléctricos  
ya desplegados a partir de  
2023



DHL Japón continúa invirtiendo en vehículos ecológicos para reducir las emisiones de CO2. En particular, estamos acelerando la adopción de vehículos eléctricos para cumplir la Misión 2050. En 2023, ya habíamos desplegado 34 de estos vehículos. Además, nuestro objetivo es incorporar más para 2024. Estos esfuerzos garantizan la prestación de servicios logísticos eficientes y de alta calidad, a la vez que minimizamos el impacto ambiental.

DHL Japón ha renovado el contrato para el Centro de Distribución de Tokio. El contrato tiene una duración de 20 años, con un total de pagos de 88 millones de euros. Se instalarán aproximadamente 4.000 metros cuadrados de paneles solares en el tejado. Además, un sistema de gestión energética basado en IoT monitorizará el equilibrio entre la generación de energía solar y el consumo de energía para optimizar el uso de la electricidad.



# EUR 88M

CONTRATO RENOVADO  
PARA EL CENTRO DE  
DISTRIBUCIÓN DE TOKIO 2022-  
2042

# REFERENCIAS

1. Statista, accessed June 2023

2. Statista, accessed June 2023

3. Statista, 2021

4. Statista, September 2022

5. Statista, December 2022

6. Statista, January 2023

7. Statista, August 2022

**¡GRACIAS!**

**Daniel Cabrera**

**[Daniel.cabrera@dhl.com](mailto:Daniel.cabrera@dhl.com)**

