Estudios de Mercado

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tokio

El mercado de los productos farmacéuticos en Japón

ICEX

ICEX INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

Estudios de Mercado

El mercado de los productos farmacéuticos en Japón

Este estudio ha sido realizado por Arantzazu Lapeña Fernández bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio

Abril, 2007

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES 4

I. INTRODUCCIÓN 6

1. Definición y características del sector y subsectores relacionados 8

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA 9

1. Análisis cuantitativo 9

1.1. Tamaño de la oferta 9

1.2. Análisis de los componentes de la oferta 21

2. Análisis cualitativo 23

2.1. Obstáculos comerciales 23

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO 25

1. Análisis cuantitativo 25

1.1. Canales de distribución 25

1.2. Esquema de la distribución 26

1.3. Principales distribuidores 28

2. Análisis cualitativo 29

2.1. Estrategias de canal 29

2.2. Promoción y publicidad 29

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA 30

1. Tendencias generales del consumo 30

1.1. Factores sociodemográficos 30

1.2. Factores económicos 31

1.3. Tendencias culturales 32

1.4. Tendencias legislativas 33

1.5. Tendencias industriales 33

2. Análisis del comportamiento del consumidor 34

2.1. Hábitos de consumo 34

2.2. Hábitos de compra 35

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor 38

V. ANEXOS 40

1. Informes de ferias 40

2 Listado de direcciones de interés 42

3 Bibliografía 48

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

- La naturaleza del mercado de los productos farmacéuticos en Japón está cambiando. El mercado de los productos genéricos se ha expandido en los últimos años. Las grandes compañías farmacéuticas japonesas se han reestructurado o fusionado con otras y un número cada vez mayor de farmacéuticas extranjeras han penetrado en el mercado japonés estableciendo *joint ventures* con compañías japonesas o concediéndoles los derechos de distribución para sus productos.

- Las compañías extranjeras generalmente emplean un mayor gasto en I+D que las japonesas por lo que las compañías que realicen esta fuerte inversión tendrán más facilidades para hacer acuerdos con una empresa local.

- Para penetrar en el mercado, muchas compañías extranjeras deciden primero fusionarse con una compañía japonesa para aprender de su mercado y luego instalarse por ellas mismas. Otras, las más pequeñas, realizan contratos de venta con una empresa japonesa.

- Las compañías farmacéuticas japonesas se han lanzado a la exportación. La balanza comercial de Japón en el sector farmacéutico es negativa ante la fuerte demanda local pero, en los últimos años, algunas farmacéuticas están desarrollando su negocio hacia la exportación.

- Envejecimiento de la población. La población japonesa está envejeciendo y se calcula que en el año 2020 habrá más población anciana que infantil.

- Interés en el cuidado de la salud. La sociedad japonesa tradicionalmente siente interés por mantener un buen estado de salud. En los últimos años, los cambios en los hábitos de la sociedad han hecho que esta preocupación aumente.

- Fomento de la automedicación. El Ministerio de Sanidad está intentando fomentar un uso responsable de los medicamentos mediante diversas campañas.

- Las farmacias están diversificando sus actividades hacia la droguería. Ante la fuerte competencia, las farmacias están ampliando su negocio hacia la droguería y la cosmética.

- Se tarda entre 9-17 años en desarrollar un nuevo producto en Japón, por lo que muchas farmacéuticas están diversificando sus actividades hacia otros campos como el de la biotecnología.

I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene por objeto analizar el mercado de los productos farmacéuticos en Japón. Con él se pretende dar una visión lo más específica posible del sector, de forma que los potenciales exportadores españoles puedan evaluar sus posibilidades de éxito en este mercado.

Se ha utilizado el sistema arancelario del Sistema Armonizado (HS), partidas arancelarias: 3001, 3002, 3003, 3004, 3005.

Para la elaboración del estudio se ha utilizado el yen japonés, excepto cuando se indique lo contrario.

Tipo de cambio aplicado 1 euro = 153 yenes japoneses.

DATOS BÁSICOS

- Situación geográfica: 377.800 km2.
- Población total: 127.7 millones de habitantes (datos de 2005).
- Tasa de crecimiento de la población: 0,02 (datos de 2005/2004).
- Densidad demográfica: 337,9 hab./km2. (datos de 2006).
- Población urbana: 79,7% (datos de 2004).
- Tasa de paro: 4,4% (datos 2005).
- Marco político: Monarquía parlamentaria. El jefe del Estado es el Emperador Akihito.
- Primer ministro: Shinzo Abe, del Partido Liberal Demócrata.
- Crecimiento real del PIB: 2,8 % (datos 2005).
- PIB per cápita: 3.933.427 (datos 2005).
- Población ocupada por sectores (datos de 2005):
  -Agricultura: 4,1%.

  -Industria: 18,0%.

  -Construcción: 8,9%.

  -Servicios: 69,0%.

- Moneda: La moneda japonesa es el yen. Hay billetes de 10.000, 5.000, 2.000 y 1.000 yenes. Monedas de 1, 5, 10, 50, 100 y 500 yenes.

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

La definición de fármaco se encuentra recogida en el artículo 2, párrafo 1 de la Ley de Asuntos Farmacéuticos: PAL (aprobada en 1948 y revisada con posterioridad, la última en el año 2005).

Se clasifican de la siguiente manera:

1) Fármacos con prescripción médica. Usados por recomendación médica u odontológica.

2) Fármacos sin prescripción médica. Usados por los consumidores, quienes compran los fármacos directamente en la farmacia o en la droguería: *over the counter (OTC)*. Son fármacos administrados por automedicación (*self-medication*). El precio de algunos de estos fármacos puede ser reembolsado por el seguro médico en determinadas ocasiones. Asimismo, la mayoría de los productos vitamínicos y con componentes minerales son clasificados en este grupo.

Los fármacos con prescripción médica pueden ser vendidos bajo distintas licencias:

1) **Yakkyoku.** Farmacia con farmacéutico.

2) **Ippan -hanbai- gyo.** Droguería con farmacéutico.

3) **Yakushusho-hanbai-gyo.** Droguería sin farmacéutico.

4) **Tokurei-hanbai-gyo.** Licencia que se concede cuando en un lugar no hay ni farmacia ni droguería. Limitada a una seria de fármacos.

5) **Haichi-hanbai-gyo.** Distribuidos por el propietario. Limitada a una seria de fármacos.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

La industria farmacéutica se localiza en Japón principalmente en las zonas de Tokio y sus alrededores (zona de *Kantou*) y Osaka y sus alrededores (zona de *Kansai*).

La industria farmacéutica japonesa ha crecido paralelamente al crecimiento del país desde la Segunda Guerra Mundial. Como resultado, es la segunda industria farmacéutica del mundo tras la de Estados Unidos, tal y como se observa en la siguiente tabla (página siguiente).

(Unidad: Dólar USA bil., %).

País **2002** **2003** **2004** **2005**

	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Norteamérica	203.6	50.8	229.5	49.2	248	47.9	265.7	47.0
Japón	46.9	11.7	52.4	11.2	58	11.2	60.3	10.7
Francia	18.9	4.7	23.8	5.1	28.5	5.5	32.7	5.8
Alemania	20.3	5.1	26.3	5.6	29.4	5.7	31.8	5.6
Italia	13.0	3.2	16.3	3.5	18.9	3.6	19.6	3.5
Reino Unido	13.7	3.4	16.4	3.5	20.0	3.9	19.5	3.4
Otros Europa	36.0	9.0	46.9	10.1	56.2	10.8	65.9	11.6
Centro/Sur América	16.5	4.1	17.4	3.7	19	3.7	24.0	4.2
Asia-Pacífico (excluyendo Japón), África y Oriente Próximo	31.6	7.9	37.3	8.0	40	7.7	46.4	8.2
Total mundo	400.5	100.0	466.3	100.0	518	100.0	565.9	100.0

Fuente: Asociación Japonesa de Fabricantes Farmacéuticos.

En cambio, en los últimos años la situación financiera de la Seguridad Social de Japón ha hecho que aumente el coste médico respaldado por el gobierno ante el envejecimiento de la población, los avances en la tecnología médica y el desarrollo de nuevos equipamientos. La tendencia actual es aumentar el uso de los medicamentos genéricos.

Por otro lado, han crecido las fusiones entre compañías farmacéuticas (prácticamente inexistentes hace unos años). Asimismo, las compañías están expandiendo su modelo de negocio hacia otros mercados relacionados y en auge, como el de la biotecnología.

El número de compañías farmacéuticas operando en Japón se ha incrementado como consecuencia de la entrada de farmacéuticas extranjeras en el mercado japonés y compañías no-farmacéuticas han diversificado sus productos. Pero, en los últimos años el crecimiento del mercado japonés ha sido muy lento y muchas farmacéuticas han tenido que fusionarse y reestructurarse. Como resultado, el número de compañías farmacéuticas llegó a 1.646 en 1993 pero empezó a decrecer hasta llegar a 1.062 en 2003 (últimos datos disponibles de la Asociación de Fabricantes Farmacéuticos).

Se podría decir que hay tres tipos de farmacéuticas en Japón:

-Las que producen y venden fármacos con receta médica: 471 compañías.

-Las que producen y venden fármacos para la venta en farmacias: 416 compañías.

-Las que producen y venden fármacos para la venta en farmacias sin receta médica (*over the counter*): 172 compañías.

En el primer grupo, 71 producen y venden básicamente productos genéricos. La tendencia actual es el dominio de las 10 primeras compañías del país, que ya concentraban el 42.5% de las ventas en 2003 y tras numerosas fusiones este número no ha dejado de aumentar desde 2004.

En el año 2004 (últimos datos disponibles), las exportaciones llegaron a ser de 383.0 billones de yenes y las importaciones 769.2 billones, un déficit de 386.2 billones. Las importaciones habían disminuido hasta el año 2000, pero empezaron a crecer rápidamente en 2001. Una razón puede ser el hecho de que el gobierno japonés haya aprobado más fármacos con nuevos ingredientes activos para las compañías de afiliación extranjera que para las compañías locales.

IMPORTACIONES

Partidas arancelarias y su descripción:

3001	Glándulas y demás órganos para usos opoterápicos, incluso pulverizados, extractos de glándulas o de otros órganos o de sus secreciones, para usos opoterápicos, heparina y sus sales, las demás sustancias humanas o animales preparadas para usos terapéuticos o profilácticos, no expresadas o comprendidas en otras partidas.
3002	Sangre humana, sangre animal preparada para usos terapéuticos, profilácticos o de diagnósticos; (sueros con anticuerpos), demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos modificados, incluso obtenidos pro proceso biotecnológico; vacunas, toxinas, cultivos de microorganismos (con exclusión de las levaduras) y productos similares.
3003	Medicamentos (con exclusión de los productos de las partidas 3002, 3005 o 3006) constituidos por productos mezclados entre sí preparados para usos terapéuticos o profilácticos, sin dosificar ni acondicionar para la venta al por menor.
3004	Medicamentos (con exclusión de los productos de las partidas 3002, 3005 o 3006) constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor.
3005	Guatas, gasas, vendas y artículos análogos (por ejemplo: apósitos, esparadrapos, sinapismos), impregnados o recubiertos de sustancias farmacéuticas o acondicionados para la venta al por menor con fines médicos, quirúrgicos, odontológicos o veterinarios.

A continuación, se indica la evolución del valor de las importaciones de Japón durante los últimos cinco años, así como la posición que ocupa España en las partidas 3001, 3002, 3003, 3004, 3005.

Las importaciones están expresadas en yenes japoneses.

Los datos referentes al año 2006 son provisionales.

Unidad: 1.000 yenes. Valor en CIF.

Partida 3001

	2006	2005	2004	2003	2002
China	420182	287212	392011	249268	184026
Italia	281888	242308	108767	175478	46437
USA	261963	208138	392011	728349	236069

Fuente: Japan Tariff Association.

El principal país origen de las importaciones en 2006 fue China, aumentando respecto al 2005. En el año 2004, las importaciones de China, Italia o Alemania cayeron en favor de Estados Unidos.

España no aparece entre los 30 primeros países importadores.

Partida 3002

	2006	2005	2004	2003	2002
Estados Unidos	7752430	10831445	9108915	9486970	6559902
Alemania	3989842	3412533	1213779	1084864	995053
Suiza	3090891	1335609	1877949	2775120	943929

Fuente: Japan Tariff Association.

El principal país origen de las importaciones es Estados Unidos. Destaca el crecimiento de las importaciones de Alemania desde el año 2004.

España ocupa el puesto 25º en 2006 (8588), en 2005 también ocupó el puesto 28º (3325), en 2004 ocupó el puesto 25º (2024) y en 2003 ocupó el puesto 28º (280) y en el año 2002 ocupó el puesto 21º (9010).

Partida 3003

	2006	2005	2004	2003	2002
China	2646528	1449640	928582	410529	481335
Irlanda	426313	207141	384024	651522	669092
Alemania	410572	348212	667493	886283	689793

Fuente: Japan Tariff Association.

China es el principal origen de las importaciones, con un crecimiento notable respecto al año anterior. No existen datos sobre España.

Partida 3004

	2006	2005	2004	2003	2002
Reino Unido	16971573	22370181	18801002	16659503	13047506
Alemania	16466588	15420161	9910889	7885778	6450623
Francia	12832994	8922222	9709103	5555523	5025862

Fuente: Japan Tariff Association.

El principal país origen de las importaciones fue Reino Unido, seguido de Alemania (en constante crecimiento).

España ha aumentado las importaciones progresivamente en los últimos cinco años puesto que ocupa el puesto 10º en 2006 (4577778), en el año 2005 ocupó el puesto 12º (3060549), en 2004 ocupó el puesto 12º también (1542844), en 2003 también ocupó el puesto 12º (793440) y en 2002 el puesto 14º (424534).

Partida 3005

	2006	2005	2004	2003	2002
China	1369190	1153017	862334	822091	754027
Estados Unidos	1062052	952210	449140	584348	769927
Reino Unido	385830	291966	231844	243599	253762

Fuente: Japan Tariff Association.

El principal origen de las importaciones fue China por tercer año consecutivo aunque Estados Unidos ha aumentado las importaciones considerablemente, así como el Reino Unido. No hay datos sobre España.

Como se puede observar en las tablas, el mayor volumen en las importaciones de España se realiza en la partida 3004, liderada por el Reino Unido y Alemania. España ha aumentado sus importaciones en esta partida progresivamente.

Restricciones a las importaciones:

Desde la modificación de la ley de Asuntos Farmacéuticos en 2004 no hay ninguna diferencia legal entre importador y un distribuidor de productos farmacéuticos.

Un fabricante extranjero que quiera exportar productos a Japón debe tener un representante legal en Japón.

IMPORTACIONES JAPONESAS DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS DESDE ESPAÑA

Japón importa de:

(Unidad: Yen, mill., %)

País	Valor			Cuota		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
EE.UU	122.820	126.367	154.251	17.1	16.4	17.0
R.U	101.635	113.163	131.141	14.2	14.7	14.5
Alemania	90.700	99.872	123.648	12.7	13.0	13.6
Suiza	72.932	78.521	82.288	10.2	10.2	9.1
Francia	41.794	56.714	70.630	5.8	7.4	7.8
Italia	43.339	46.552	54.840	6.1	6.1	6.1
Bélgica-Luxemb.	33.456	26.504	33.483	4.7	3.4	3.7
China	24.206	24.828	30.045	3.4	3.2	3.3
España	**8.439**	**13.781**	**17.161**	**1.2**	**1.8**	**1.9**
Corea	6.214	7.045	8.817	0.9	0.9	1.0
Australia	5.969	6.205	6.894	0.8	0.8	0.8
Singapur	5.055	5.714	6.154	0.7	0.7	0.7
Canadá	4.379	4.743	5.968	0.6	0.6	0.7
Países Bajos	6.312	4.952	5.033	0.9	0.6	0.6
Taiwán	2.928	2.472	3.114	0.4	0.3	0.3
México	1.097	843	1.040	0.2	0.1	0.1
Brasil	922	930	811	0.1	0.1	0.1
Otros	144.305	149.990	170.648	20.1	19.5	18
Total	716.502	769.196	905.966	100.0	100.0	100.0

Fuente: Asociación de Fabricantes Farmacéuticos de Japón.

España ocupa el 9º puesto en las importaciones totales de productos farmacéuticos y el 5º puesto entre los países importadores de la Unión Europea.

EXPORTACIONES

Unidad: 1.000 yenes.

Valor en FOB.

Partida 3001

	2006	2005	2004	2003	2002
Suecia	30567	80715	30880	-	-
Alemania	26882	15412	-	732	1420
Estados Unidos	19800	2269	37863	929	-

Fuente: Japan Tariff Association.

Suecia es el principal destino de las exportaciones. No hay datos sobre España.

Partida 3002

	2006	2005	2004	2003	2002
Estados Unidos	940109	677350	666376	400398	922743
Alemania	764072	743591	442254	323790	213342
Suiza	553190	463384	114133	3060	3556

Fuente: Japan Tariff Association.

Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones. Las exportaciones a estos tres países no han dejado de aumentar en los últimos 5 años.

La exportación a España no ha dejado de aumentar en los últimos 5 años, puesto que ocupa el puesto 22º en 2006 (14284), puesto 34º en 2005 (8223), puesto 37º en 2004 (3952), puesto 39º en 2003 (3542) y puesto 35º en 2002 (2776).

Partida 3003

	2006	2005	2004	2003	2002
USA	2014195	161494	81848	203859	1374323
Italia	1176891	831332	1637735	483463	665570
Corea	674891	393526	523480	337980	340534

Fuente: Japan Tariff Association.

La exportación a estos 3 países no ha dejado de aumentar en los últimos 5 años.

España: año 2006 puesto 6º (305898), en 2005 puesto 12º (55883), en 2003 puesto 5º (289382) y en 2002 puesto 18º (15960).

Partida 3004

	2006	2005	2004	2003	2002
USA	14992795	15348981	17221615	18669897	20130648
Suiza	2746700	1930047	1917459	46438	50305
Italia	2381448	2601319	629128	915322	535735

Fuente: Japan Tariff Association.

Se han aumentado las exportaciones a Italia desde el año 2004.

España ocupa el puesto 14º en el año 2006 (175722), el puesto 13º en 2005 (141875), el puesto 17º en 2004 (100307), el puesto 12º en 2003 (271049) y el puesto 11º en 2002 (219549).

Partida 3005

	2006	2005	2004	2003	2002
USA	2306825	1731982	1065154	1960493	706173
Italia	328846	603370	410283	339681	342633
Alemania	93485	115612	81324	29662	43071

Fuente: Japan Tariff Association.

España ocupa el puesto 21º en 2006 (5469), el puesto 26º en 2005 (1663), el puesto 34º en 2004 (1045), no hay datos respecto al año 2003 y el puesto 30º en el año 2002 (2223).

El mercado japonés se ha quedado atrás en las prácticas internacionales. La industria dependía en gran manera de las importaciones. Hoy día, el balance comercial sigue siendo negativo. Esta situación se ha acentuado por el sistema de la seguridad social japonesa, que ha creado una gran demanda local de fármacos. De esta manera, las farmacéuticas japonesas no se habían lanzado a las exportaciones. En los últimos años, el bajón en el mercado local y la desaparición de muchas barreras internacionales han hecho que algunos fabricantes japoneses se hayan lanzado a otros mercados. China es el principal objetivo de las exportaciones, ya que el mercado farmacéutico en ese país crece un 28% anualmente, unas tres o cuatro veces más que la media internacional situada en un crecimiento entre el 7% y el 8%.

Según el Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón, el tamaño del mercado sanitario y cosmético fue de 56 trillones de yenes en el año 2002 y se espera que llegue a los 75 trillones de yenes en el año 2010, tal y como se observa en la siguiente tabla.

	2002	2010
Tamaño del mercado	Aprox. 56 trillones de yenes.	Aprox. 75 trillones de yenes.
Empleo	Aprox. 5.5 millones de empleados	Aprox. 7.5 millones de empleados.

BALANZA COMERCIAL DE JAPÓN CON ESPAÑA RESPECTO AL SECTOR FAMACÉUTICO

Los productos farmacéuticos exportados de España a Japón en 2006 son un 8,41% del total de las exportaciones españolas.

Los productos farmacéuticos importados de Japón a España en 2006 son 0,98% del total de las importaciones japonesas.

Las importaciones no han dejado de aumentar en los últimos años, con una balanza comercial positiva para España. También hay que tener en cuenta que los fármacos importados desde España son genéricos sin fabricar y que, en muchos casos, al entrar en la cadena de producción japonesa son contados como producto japonés y no como producto importado.

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

Empleo

Según el Ministerio de Sanidad y Bienestar de Japón, casi un millón doscientas mil personas trabajan en la industria médica en Japón, de los cuales 241.369 eran farmacéuticos en el año 2004 (últimos datos disponibles).

Empleo en la industria médica

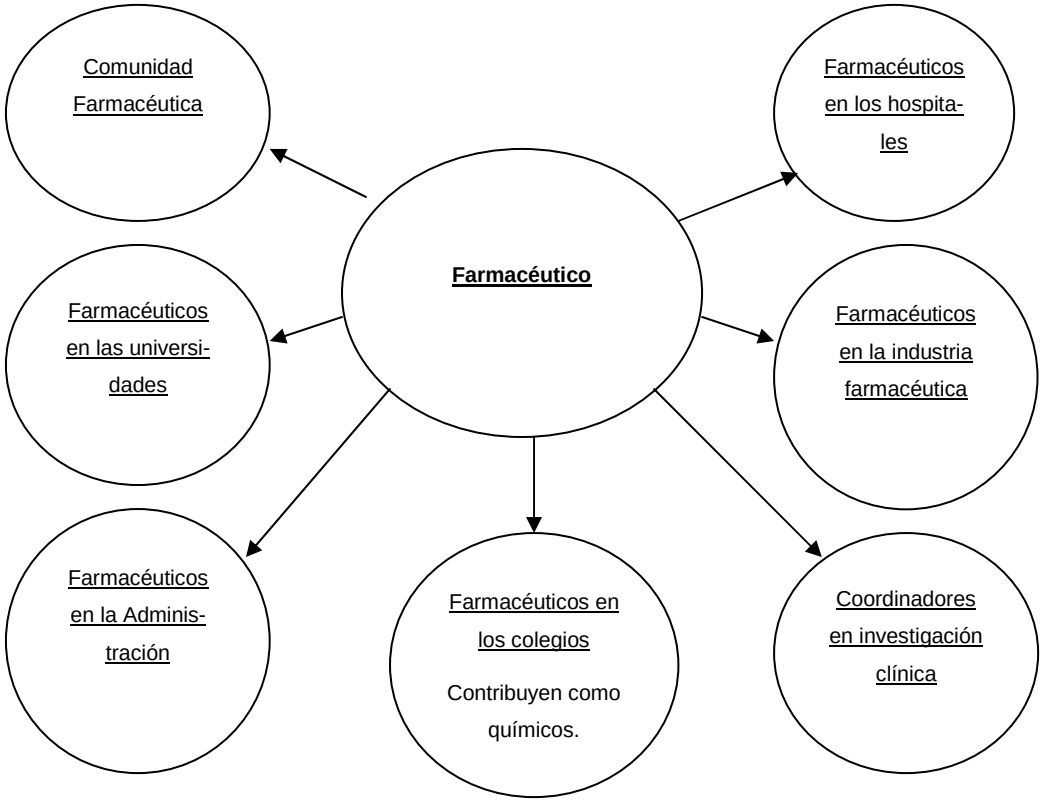
Año fiscal	Médicos	Dentistas	Enfermeras	Farmacéuticos
2000	255.792	90.857	1.042.468	217.477
2002	262.687	92.874	1.097.326	229.744
2004	270.371	95.197	1.146.181	241.369

Fuente: Ministerio de Sanidad y Bienestar de Japón.

La profesión farmacéutica en Japón

Número de examinados y licenciados

	Secuencia	Nº examinados	Nº aprobados	Índice de aprobados	Nº de farmacéuticos
2001	86	10.683	8.108	75.90	-
2002	87	11.148	9.009	80.81	229.744
2003	88	10.850	8.802	81.12	-
2004	89	11.048	8.653	78.32	241.369
2005	90	11.590	9.781	84.39	-



Fuente: De elaboración propia a partir de la Asociación de Fabricantes Farmacéuticos de Japón.

Precios

No hay un control de precios en Japón para las medicinas sin prescripción médica y, por lo tanto, el minorista puede establecer el precio que estime oportuno.

Las medicinas sin prescripción médica no son reembolsadas. Por otro lado, las medicinas con prescripción médica que están oficialmente registradas en la lista de tarifas de precios de la Seguridad Social japonesa sí pueden ser reembolsadas.

Investigación y Desarrollo

Las compañías japonesas al fusionarse con extranjeras buscan un mayor gasto por parte de éstas en I+D. Como se observa en la siguiente tabla, el gasto en I+D en la industria farmacéutica ha aumentado ligeramente.

(Unidad: Billones de yenes, %)

Año fiscal	Gasto en I+D	Valor (cambio respecto al año anterior)	% (cambio respecto al año anterior)	Porcentaje de ventas
2001	810.9	64.7	8.7	8.52
2002	965.7	154.8	19.1	8.91
2003	883.7	82.0	8.5	8.43
2004	906.7	23.0	2.6	8.64
2005	1.047,7	141.0	15.5	10.01

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Obstáculos comerciales

Casi todas las grandes compañías farmacéuticas internacionales ya han entrado en el mercado japonés. Hay pocas barreras de entrada hoy día pero aún puede pasar mucho tiempo hasta que una compañía extranjera pueda establecerse por sí misma.

Hay dos maneras para entrar en el mercado:

-Establecer una *joint venture* con una compañía farmacéutica japonesa.

-Hacer un acuerdo de venta.

Muchas empresas extranjeras deciden primero hacer negocios en Japón con una compañía japonesa y aprender de su mercado para después vender sus productos directamente. Muchas han obtenido beneficios a través de este sistema y, de hecho, en 2004 ya había 3 compañías extranjeras entre las 10 primeras farmacéuticas en Japón: Pfizer fue segunda, Chugai fue quinta y Novartis Pharma fue octava.

Las fusiones y las reorganizaciones de farmacéuticas con filial extranjera se pueden dividir en dos tipos:

-Una subsidiaria japonesa resultado de la fusión con una compañía extranjera. Este tipo es el más común.

-Combinar la dirección de la compañía entre la farmacéutica extranjera y la compañía japonesa.

Ante esta penetración en el mercado japonés por parte de las compañías extranjeras, muchas farmacéuticas japonesas se están fusionando para unir fuerzas y cuyo objetivo principal es acelerar el crecimiento del mercado.

Las compañías extranjeras poseen mejores condiciones en I+D que las japonesas y están aplicando sus propios modelos de venta y marketing para introducir nuevos productos.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

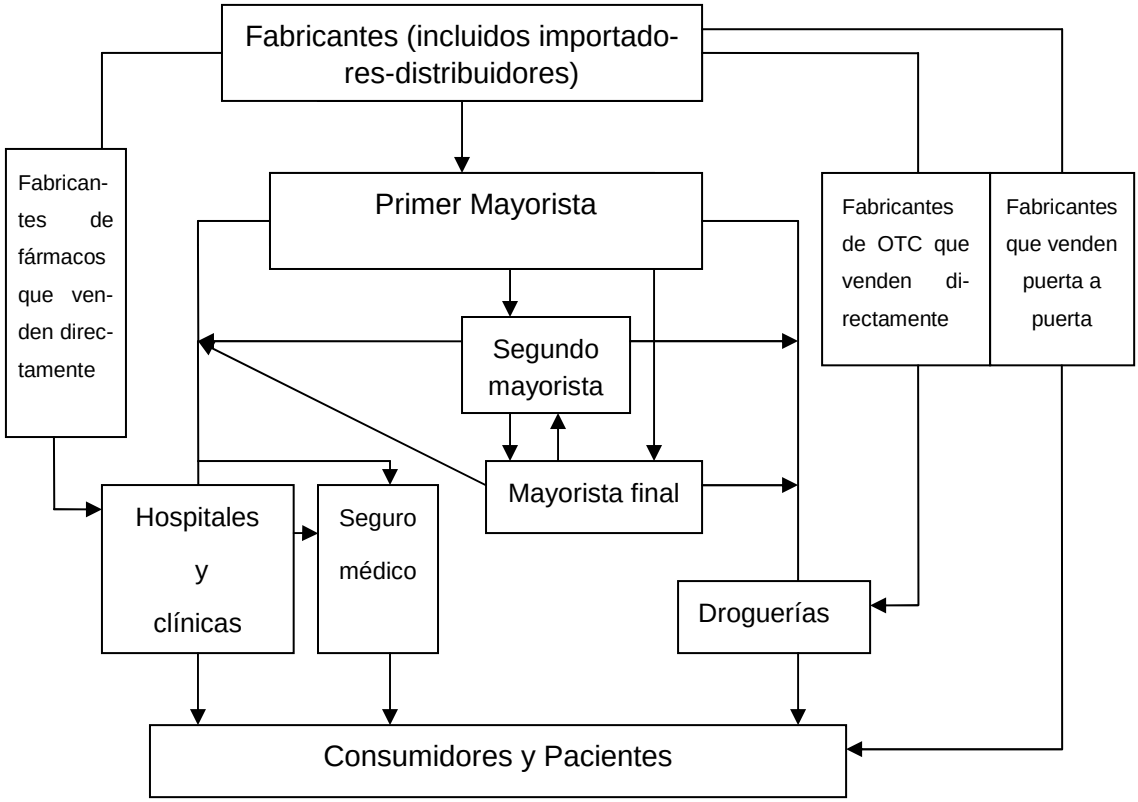
1.1. Canales de distribución

Una empresa que quiera empezar a fabricar o distribuir fármacos, semi-fármacos o cosméticos debe obtener una licencia de negocio para fabricación o distribución dependiendo del tipo de negocio. Hay siete tipos de licencias distintas y son otorgadas por el Ministerio de Sanidad y Bienestar japonés o por el gobernador de la prefectura correspondiente.

Las empresas extranjeras deben poseer una acreditación del Ministerio (según la ley de Asuntos Farmacéuticos revisada el 1 de abril de 2005).

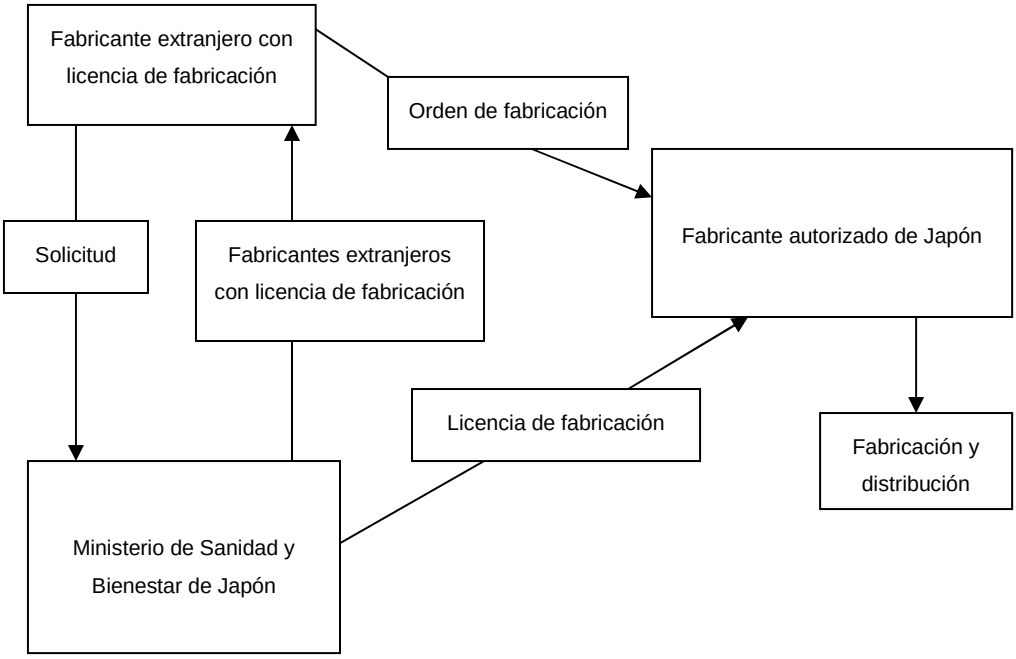
1.2. Esquema de la distribución

Estructura de la distribución de fármacos



Fuente: De elaboración propia a partir de JETRO (Japan External Trade Organization).

Procedimiento para distribuir fármacos de una compañía extranjera



Fuente: De elaboración propia a partir de JETRO (Japan External Trade Organization).

Márgenes comerciales

	%	%
Venta del fabricante	100.0	52.4
Mayorista (margen del 15.4%)	118.2	61.9
Farmacia, excluyendo impuestos (margen 35%)	181.8	95.2
Farmacia, incluyendo impuestos (5%)= precio del consumidor	190.9	100.0

Fuente: Asociación de Fabricantes Farmacéuticos de Japón.

Los fármacos con y sin prescripción médica están gravados con una tasa del 5%.

1.3. Principales distribuidores

Las fusiones y reorganizaciones comenzaron en 1999, y dio como resultado 4 grupos de compañías que concentran un 75% del mercado (4.795,6 billones de yenes): Mediceo Holdings, Suzuken Groups, Alfresa Group and Kyoto Mirai Group (cuya matriz es Toho Pharmaceutical).

(Millones de yenes. 2004)

	Principales mayoristas y sus subsidiarias	Ventas consolidadas
Mediceo HD	Senshu Yakuhin, Ushioda Sangokudo Yakuhin, Chiyaku, Kuraya Sanseido, Yamahiro, Kuraya, Heiseiyakuhin, Izutsu-yakuhin, Everlth, Atol	1.665,815
Suzuken	Suzuken Okinawa Yakuhin, Suzuken Iwate, Nakano Yakuhin, Astis	1.330,982
Alfresa HD	Alfresa Pip Tokyo, Daiwa Yakuhin, Kowa-yakuhin, Odashina, Alfresanikkensangyo, Ando	1.195,313
Toho Pharmaceutical	Sanus, Honma Toho, Tokai Toho, Yamaguchi Toho, Ogawa Toho, Yakushin, Godo Toho	603.586
	Total de las 4 compañías	**4.795,696**

Fuente: Yano Research Institute.

En abril de 2005, Yamanouchi Pharmaceutical y Fujisawa Pharmaceutical se fusionaron para crear Astellas Pharma, mientras que Dainippon Pharmaceutical y Sumitomo Pharmaceutical por un lado y Daiichi Pharmaceutical y Sankyo por otro, mantienen planes de fusionarse también.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

La distribución de fármacos se puede dividir en 4 canales:

- Fármacos con prescripción médica distribuidas desde el fabricante hasta el consumidor vía mayorista.
- Algunos fármacos *over the counter* (OTC) se distribuyen desde el fabricante hasta el consumidor vía droguerías y otros minoristas.
- Otros fármacos *over the counter* (OTC) se distribuyen desde el fabricante al consumidor vía mayorista primero y después a minorista/droguerías.
- Medicinas que se venden puerta a puerta desde el fabricante al consumidor vía compañías especializadas en ventas de este tipo.

Alrededor de un 70% de los fármacos con prescripción médica son vendidos a las instituciones médicas vía mayoristas y el resto es vendido por otros mayoristas de menor tamaño que no tienen transacciones directas con fabricantes de mayor tamaño o de segundo nivel.

2.2. Promoción y publicidad

Las medicinas que son vendidas en las farmacias y droguerías pueden ser anunciadas libremente como cualquier otro tipo de bien de consumo, si bien la publicidad en los medios de comunicación para las medicinas que necesitan prescripción médica no está permitida.

Las actividades de promoción y publicidad que mejores resultados ofrecen son las realizadas de manera visible y destacada en convenciones, seminarios, encuentros y, sobre todo, en las ferias a las que acuden los distribuidores, importadores y especialistas del sector.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

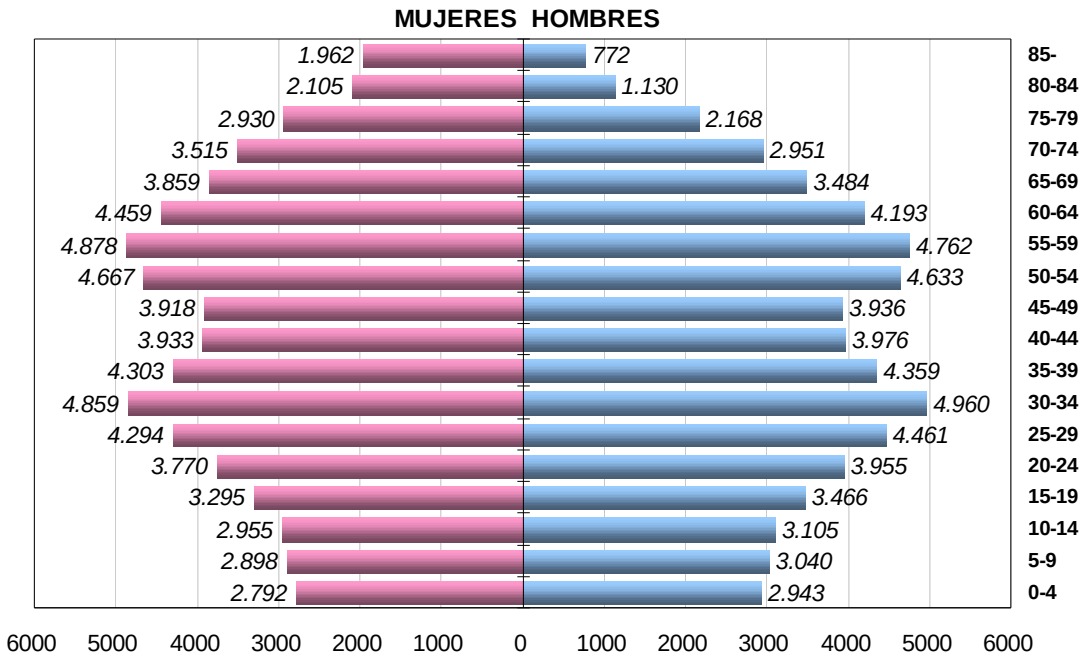
La población, según estimaciones oficiales, en el año 2006 era de 127,7 millones, de los cuales el 79,7% era población urbana. La tasa de crecimiento respecto al año anterior es de un 0,02% y la densidad demográfica es de 337,9 hab./km^2.

La distribución por sexos se sitúa en un 48,79% de hombres frente a un 51,21% de mujeres.

Existe un alto grado de homogeneidad racial y no hay problemas sociales de índole étnica. El pueblo japonés conserva el sentido de responsabilidad colectiva, la escrupulosidad en cumplir los compromisos, la jerarquía por razones de edad y posición social, la convivencia armoniosa, etc., factores que permiten gran estabilidad social y seguridad de los ciudadanos.

Las tendencias demográficas en Japón apuntan hacia un envejecimiento progresivo de la población, tal y como se observa en la siguiente gráfica.

La tasa de natalidad es baja (8,9 por 1000) y se estima que para el año 2020 una cuarta parte de la población será mayor de 65 años.



Fuente: De elaboración propia a partir de Japan Statistic Bureau.

1.2. Factores económicos

Año fiscal japonés: del 1 de abril al 31 de marzo.

Según datos del gobierno japonés, Japón creció en términos reales un 2,3% en 2004, un 2,8% en 2005 y un 2,2% en 2006. La demanda interna contribuyó en 1,4 puntos porcentuales y la demanda externa en 0,8 puntos porcentuales. Aunque las tasas de crecimiento económico son moderadas, lo cierto es que Japón lleva ya más de 6 años consecutivos de expansión económica.

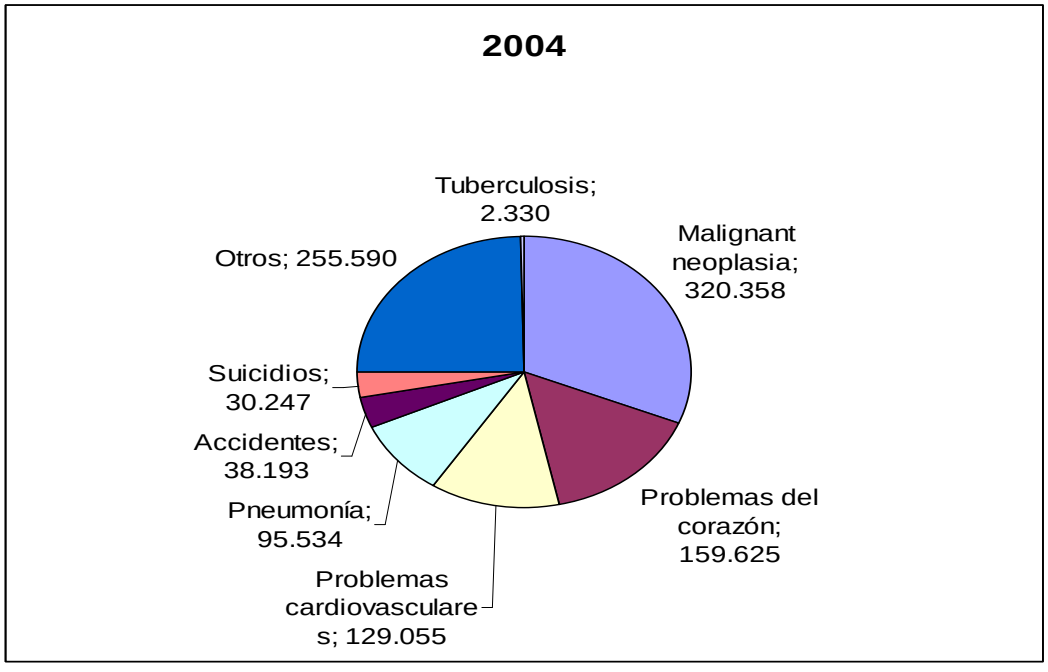
El problema de los créditos morosos de las instituciones financieras está resuelto. Su monto disminuyó desde los 41,4 billones de yenes a finales de marzo de 2000 a los 12,3 billones de yenes (unos 76,8 millardos de euros) a septiembre de 2006 según la Financial Service Agency. La credibilidad del sistema financiero está consolidada y la mayoría de los bancos están registrando rentabilidades sin precedentes.

1.3. Tendencias culturales

La dieta tradicional japonesa es rica en pescado, verduras y en alimentos bajos en calorías. En cambio, la fruta es cara y no forma parte de la dieta tradicional.

La dieta japonesa es reconocida internacionalmente pero los gustos en el consumo de alimentos por parte de los jóvenes japoneses están cambiando notablemente. La introducción de alimentos conocidos como "comida rápida" en las costumbres actuales hace que el índice de niños con sobrepeso haya aumentado considerablemente. De esta manera, los niños de hoy cuando lleguen a la tercera edad tendrán peor salud que la tercera edad actual, con más enfermedades cardiovasculares causadas por su estilo de vida.

Las principales causas de mortalidad son las relacionadas con los problemas cardiovasculares.



Fuente: Ministerio de Sanidad y Bienestar de Japón.

- **El uso de la automedicación (*self-medication*)**

El Ministerio de Sanidad y Bienestar japonés está fomentando la automedicación mediante diversas campañas. Una de ellas es la Guía de la Automedicación, de publicación anual, donde se anima los consumidores a usar correctamente las medicinas sin prescripción médica. Por otro lado, el Centro de Educación Farmacéutico (JPEC) ofrece a los farmacéuticos cursos de formación sobre los productos que se venden sin receta médica.

La Industria para la Automedicación de Japón (Japan Self-Medication Industry) reparte anualmente unas 800 copias del "compendio sobre la automedicación" a las mayores instituciones para promocionar este tipo de medicinas entre los médicos.

1.4. Tendencias legislativas

- Pharmaceutical Affairs Law
http://www.jpma.or.jp/english/parj/0703.html
- Patent Law
http://www.jpo.go.jp/quick_e/index_tokkyo.htm

1.5. Tendencias industriales

Las mayores tendencias son la fusión de compañías y la entrada de compañías extranjeras. Asimismo, hay un incremento en los costes del desarrollo del producto, ya que el objetivo de cualquier farmacéutica es lanzar un fármaco que sea un éxito de ventas. Pero las posibilidades de que eso ocurra son pocas y el riesgo es alto. Según la Asociación de Fabricantes Farmacéuticos de Japón, solamente una de cada 11.000 nuevas substancias llega a ser una nueva medicina suministrada a las instituciones médicas. En realidad, en Japón se tarda entre 9 y 17 años y entre 20 y 30 billones de yenes en desarrollar y lanzar una nueva medicina.

Para optimizar la eficiencia de sus recursos, numerosas compañías han expandido sus investigaciones en los campos de la biotecnología, servicios de fabricación de fármacos, en organizaciones de contratos de venta (CSO) y en organizaciones de contratos de investigación (CRO).

Hay varios tipos de fusiones y reorganizaciones:

1 Fusiones entre compañías enteramente japonesas.

2 Fusiones entre compañías extranjeras y japonesas.

3 Fusiones entre compañías extranjeras.

Los ejemplos más comunes son las del segundo tipo: Pfizer y Pharmacia, Nippon Boehringer Ingelheim, Novartis Pharma, Wyeth Lederle, AstraZeneca, Aventis Pharma, Sanofi-Synthelabo, Glaxo Smith Kline.

Otra tendencia es el esfuerzo del Ministerio de Sanidad y Bienestar para aumentar el uso de medicamentos genéricos bajo la "Combinación del Procedimiento de Diagnóstico" (DPC).

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

El cuidado de la salud es una preocupación constante en la sociedad japonesa. Los productos considerados beneficiosos para la salud son demandados por los consumidores, especialmente por las mujeres japonesas.

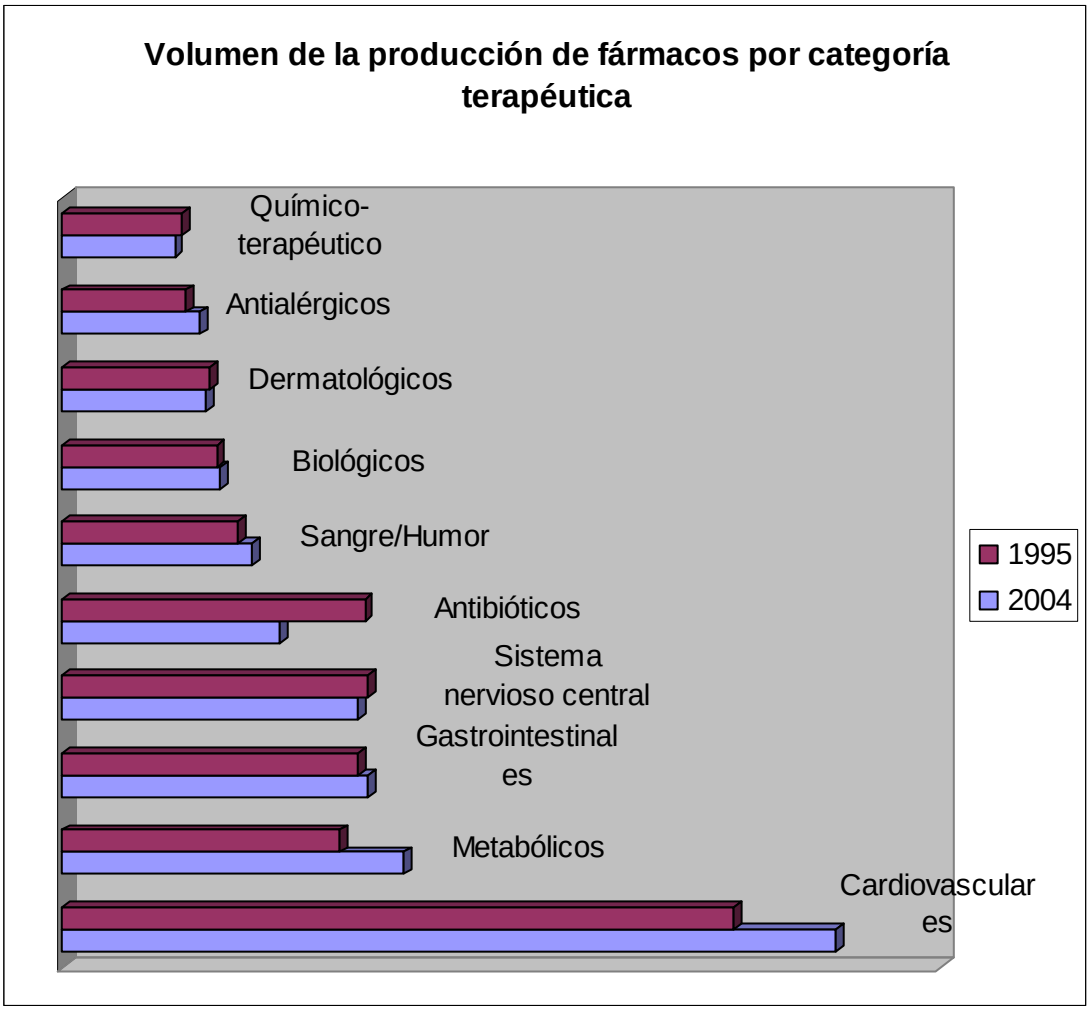
Existe una indicación del Ministerio de Sanidad y Bienestar japonés llamado "tokuho" cuya traducción al castellano sería "producto beneficioso para la salud", sistema creado en 1991 e imitado después por otros países como Reino Unido o China.

481 empresas en 2005 consiguieron la homologación para llevar la indicación "Tokuho" en sus productos y el tamaño de este mercado se calcula en 200 billones de yenes anuales. Actualmente, muchas empresas están intentando conseguir dicha indicación para aumentar las ventas como estrategia de marketing, ya que la indicación se marca en el producto con un logotipo visible. El logotipo "Tokuho":

La homeopatía y la medicina natural europea es prácticamente desconocida en el mercado japonés. Esto se debe en parte a la gran aceptación que tiene la medicina natural china en este mercado, especialmente las hierbas medicinales (*Kampo).*

2.2. Hábitos de compra

Existe una tendencia al alza en la venta de medicinas cardiovasculares y gastrointestinales. El incremento en las ventas en las primeras se debe al cambio en el estilo de vida y a la hipertensión crónica. En 1989, las medicinas más vendidas eran los antibióticos pero no ha dejado de disminuir sus ventas desde entonces, tal y como se observa en la siguiente gráfica (página siguiente).



Las medicinas cardiovasculares alcanzaron un total de 1.226 billones de yenes en 2002, descendiendo 0.7%, el primer descenso en cuatro años, pero recuperándose en 2003 alcanzando los 1.299 billones de yenes, un 6.0% más, la mayor tasa de crecimiento entre los 10 productos farmacéuticos más vendidos.

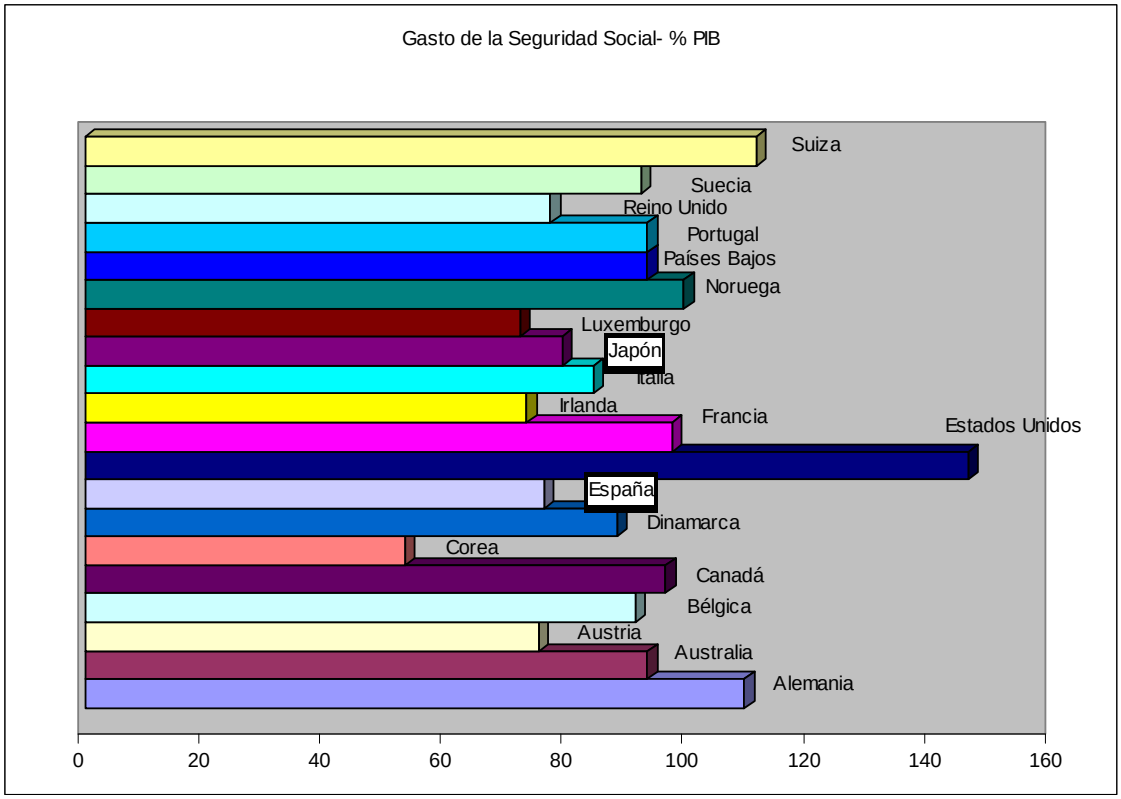
Productos más vendidos. 2004 (últimos datos oficiales disponibles).

Compañía	Producto	Billones de yenes
1. Pfizer	Norvasc (para hipertensión)	119
2. Takeda	Blopress (para hipertensión)	113
3. Sankyo	Mevalotin (para colesterol)	97
4. Pfizer	Lipitor (para colesterol)	92

Fuente: IMS Health/ Ministerio de Sanidad y Bienestar Social de Japón.

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor

El gasto de la seguridad social japonesa (312 mil millones de dólares USA en 2003) es mayor al de España (68 mil millones de dólares USA) y muy por debajo de otros países como Estados Unidos o Alemania, tal y como se observa en el siguiente gráfico.



Fuente: Ministerio de Asuntos Internos. 2002.

Gasto médico (billones de yenes).

	2002	2003	2004*	Porcentaje de distribución
Gasto nacional médico (NME)	30.950,7	31.537,5	32.111	100,0
Gasto público	1.721,8	1.820,6	1.869,8	5,8
Cobertura del seguro médico	13.985,5	14.103,2	14.751,4	45,9
Cobertura de sanidad para ancianos	10.665,2	10.668,6	10.573,3	32,9
Pago de los pacientes	4.578,2	4.945,1	4.916,9	15,3
Gasto médico per capita (1.000 yenes)	242,9	247,1	251,5	-
NME/ Ingresos nacionales (%)	8,70	8,80	8,89	-

*Última información disponible.

Fuente: Ministerio de Sanidad y Bienestar de Japón.

V. ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

- **CPhI JAPAN**

CPhI es una feria mundial de ingredientes farmacéuticos que se celebra en varias ciudades del mundo, una de ellas en Tokio. CPhI Worldwide comenzó en 1990 como una convención internacional sobre ingredientes farmacéuticos y en su primera edición participaron 16 empresas y tuvo 250 visitantes. Hoy en día, hay más de 20.000 profesionales del sector que visitan la feria y aproximadamente 1.200 empresas expositoras procedentes de más de 110 países del mundo. CPhI es la feria principal sobre ingredientes farmacéuticos e industrias aliadas. La feria se consolida como una buena ocasión para desarrollar nuevos contactos de negocio y mantener relaciones existentes.

La feria CPhI actualmente tiene lugar en Europa (CPhI Worldwide), en China (CPhI China), en Tokio (CPhI Japan) y en Bombay (CPhI India).

CPhI Japan 2007 se celebrará del 18 al 20 de abril en Tokyo Big Sight (Centro Internacional de Exhibiciones de Tokio).

CPhI Japan 2006 en cifras:

-Visitantes: 13.013.

-Expositores: 425 (de los cuales 269 eran extranjeros).

Organizador (contacto e inscripciones):

CMP Business Media Co. Ltd.

1-8-3, Kajicho, Chiyoda ku, Kanda 91 Bldg., 2F

Tokyo 101-0044. Japón

Tel: +81 03 5296 1020

Fax: +81 03 5296 1018

www.cphijapan.com

- **NANO BIO EXPO 2007**

Datos de 2007

Reparto por sectores: Nano fabricación, MEMS, evaluación y medición, biotecnología (Nano Bio 2007), IT y electrónica, materiales.

-Nano Bio 2007: Bio-materiales, análisis de sistemas e instrumentos, medicina regenerativa, micro-química.

Número de expositores (total Nano Tech): 484.

-Por nacionalidad: 165 expositores extranjeros.

Número de visitantes: 48.565.

Dentro de NanoTech 2007, se celebra Nano Bio 2007. La parte dedicada a la biotecnología es mínima en comparación con la parte dedicada a la nanotecnología. De esta manera, la mayoría de los expositores y seminarios realizados han tenido una relación directa con este último sector.

En la feria, JETRO (Japan External Trade Organization) tuvo un stand propio. JETRO invitó para la ocasión a PYMES extranjeras en misión comercial (sin pabellón propio), realizando una agenda de entrevistas con empresas japonesas. Asimismo, realizó una ronda de seminarios en los cuales cada empresa extranjera disponía de 15 minutos para exponer sus avances.

2 LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

Organismos oficiales de representación española y promoción del comercio exterior en Japón.

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN TOKIO

Roppongi 1-3-29, Minato ku, Tokio 106-0032.

Tel: +81 03 5575 0431

Fax: +81 03 5575 6431

www.mcx.es/tokio

IVEX (INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACIÓN)

Akasaka OS Bldg. 2F, Akasaka, 2-21-15, Minato –ku. Tokyo 107-0052

Tel: +81 03 5561 9831

Fax: +81 03 5561 9830

ivextko@ivextko.or.jp

SPAIN BUSINESS AND TECHNOLOGY OFFICE (SBTO)

Akasaka Bldg. 8F, Akasaka 2-3-2, Minato-ku, Tokyo 107-0052.

Tel: +81 03 3505 2631

Fax: +81 03 3505 2634

www.sbto.or.jp

IGAPE (INSTITUTO GALLEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA)

Yatsuya Bldg. 8F, Higashi-Azabu, 1-3-8. Minato-ku.

Tel: +81 03 3584 1861

Fax: +81 03 3584 1862

igapejap@gol.com

COPCA (CONSORCIO DE PROMOCIÓ COMERCIAL DE CATALUÑA)

Sogo Nibancho Bldg.5F, Nibancho 4-5, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0084

Tel: +81 03 5276 1816

Fax: +81 03 5276 1502

copcatyo@po.iijnet.or.jp

Organismos de promoción del comercio exterior de Japón

JETRO (JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION)

2-5 Toranomon 2 Chome, Minato-ku. Tokyo 105-001

Tel: +81 03 3582 5511

Fax: +81 03 3585 3628

www.jetro.go.jp

TOKYO CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

2-2, Marunouchi 3 Chome, Chiyoda ku. Tokyo 105-0005

Tel: +81 03 3283 7823

Fax: +81 03 3211 4859

www.jcci.or.jp

OSAKA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

2-8, Honmachibashi, Chuo-ku, Osaka 540-0029

Tel: +81 06 6944 6400

Fax: +81 06 6944 6293

www.osaka.cci.or.jp

JAPAN FEDERATION OF IMPORTERS ORGANIZATION

Hougaku Bldg. 4 Fl 19-14 Toranomon, Minato-ku. Tokyo

Tel: +81 03 3581 9251

Fax: +81 03 3581 9217

yudanren@fancy.ocn.ne.jp

JAPAN FEDERATION OF ECONOMIC ORGANIZATIONS (KEIDANREN)

9-4, Otemachi 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 10-0004

Tel: +81 03 3279 1411

Fax: +81 03 5255 6232

www.keidanren.or.jp

NATIONAL FEDERATION OF SMALL BUSINESS ASSOCIATIONS

Zenchu-Zenmi Bldg. 1-26-19, Shinkawa, Chuo-ku, Tokyo 104-0033

Tel: +81 03 3523 4901

Fax: +81 03 3523 4909

www.chuokai.or.jp

Gobierno y Administración de Japón

MINISTERIO DE TRABAJO, SALUD Y BIENESTAR SOCIAL

1-2-2 Kasumigaseki, Chiyoda-ku,

Tokyo 100-8916

Tel: +81 03 5253 1111

www.mhlw.go.jp

MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO E INDUSTRIA

1-3-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokio 100-8901

Tel: +81 03 3501 1511

www.meti.go.jp

MINISTERIO DE MEDIOAMBIENTE

Godochosha No.5, Kasumigaseki 1-2-2

Chiyoda-ku, Tokyo 100-8975

Tel: +81 03 3581 3351

www.env.go.jp

OFICINA DE PATENTES JAPONESA

3-4-3 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8915

Tel: +81 03 3581 1101

www.jpo.go.jp

MINISTERIO DEL INTERIOR

1-2 Kasumigaseki 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8926.

Tel: +81 03 5253 5111

www.soumu.go.jp

MINISTERIO DE JUSTICIA

Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8977

Tel: +81 03 3580 4111

www.moj.go.jp

Organizaciones y Asociaciones Públicas

ASOCIACIÓN JAPONESA DE FABRICANTES FARMACÉUTICOS

4F Torii Nihonbashi Bldg. 3-4-1

Nihonbashi Honcho, Chuo-ku,

Tokyo 103- 0023

Tel: +81 03 3241 0326

Fax: +81 03 3242 1767

www.jpma.or.jp

FUNDACIÓN JAPONESA DE CIENCIAS DE LA SALUD

4F Kyodo Bldg. 13-4 Nihonbashi, Kodenma-cho, Chuo-ku, Tokyo 103-0001

Tel: +81 03 3663 8641

Fax: +81 03 3663 0448

www.jhsf.or.jp

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE FABRICANTES FARMACÉUTICOS

2-1-5 Tokyo Yakugyo Kaikan Nai

Nihonbashi, Honmachi, Chuo-ku, Tokyo 103-0023

Tel: +81 03 3270 0581

Fax: +81 03 3241 2090

www.fpmaj.gr.jp

OFICINA DE INVESTIGACIÓN DE RECURSOS FARMACÉUTICOS

Torii Hihonbashi-Honcho, Chuo-ku, Tokyo 103-0023

Tel: +81 03 5200 2681

Fax: +81 03 5200 2684

www.jpma.or.jp/opir

ASOCIACIÓN MÉDICA JAPONESA

28-16 Honkomagome. 2-chome

Bunkyo-ku, Tokyo 113-8621

Tel: +81 03 3946 2121

Fax: +81 03 3946 6295

www.med.or.jp

CENTRO DE INFORMACIÓN FARMACÉUTICA

2-12-15 Nagai Kinenkan 3-5F, Shibuya ku, Tokyo 150-0002

Tel: +81 03 5466 1811.

www.japic.or.jp

INDUSTRIA JAPONESA DE AUTOMEDICACIÓN

Kyodo Bldg. 3F. 13-4 Nihombashi-Kodemmacho. Chuo-ku. Tokyo 103-0001.

www.jsmi.jp

SOCIEDAD FARMACÉUTICA JAPONESA

12-15 Shibuya 2-chome

Shibuya-ku. Tokyo 150-0002

Fax: +81 03 3498 1835

www.pharm.or.jp

Empresas farmacéuticas

Empresa	Dirección	Contacto
Ajinomoto Pharma Co. Ltd.	2-7-2, Yaesu, Chuo-ku, Tokyo 104-0028	Tel: 81 3 520 11896 Fax: 81352011715
Aventis Pharma LTD.	2-17-51, Akasaka, Minato-ku, Tokyo, 107-8465	Tel: 81355716331 Fax: 81355716215
Daichii Pharmaceutical Co. Ltd.	3-14-10, Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo 103-8234	Tel: 81332720611 Fax: 81332727348
Japan Tobacco Inc.	JT building , 2-1, Toranomon 2-chome, Minato-ku, Tokyo 105-0001	Tel: 81355724550 Fax: 81355721449
Meiji Seika Kaisha, Ltd.	2-4-16, Kyobashi, Chuo-ku, Tokyo, 104-8002	Tel: 81332726511 Fax: 81332817046
Nihon Pharmaceutical Co. Ltd.	1-9-8. Higashi-kanda, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0031	Tel: 81338648411 Fax: 81338648837
Novartis Pharma, K.K	4-17-30, Nishi-Azabu, Minato-ku, Tokyo 106-8618	Tel: 81337978000 Fax: 81337974367
Sankyo Co., Ltd.	3-5-1, Nihonbashi-honcho, chuo-ku, Tokyo 103-8426	Tel: 81352557111 Fax: 81352557035
Sumitomo Pharmaceutical Co.Ltd	2-2-8, Dosho- Machi, Chuo-ku, Osaka 541-8510	Tel: 81662295711 Fax: 81662332288

3 BIBLIOGRAFÍA

Las principales fuentes de información han sido:

-JETRO (Japan External Trade Organization).

-Japan Pharmaceutical Manufacturers Association.

-Ministerio de Sanidad y Bienestar de Japón.

-Japan Self-Medication Industry Association.

-IMS Health.

-Ministerio de Asuntos Internos.

-Agencia Japonesa de Estadística.

Finalmente, se han contrastado los datos obtenidos con entrevistas a profesionales del sector.