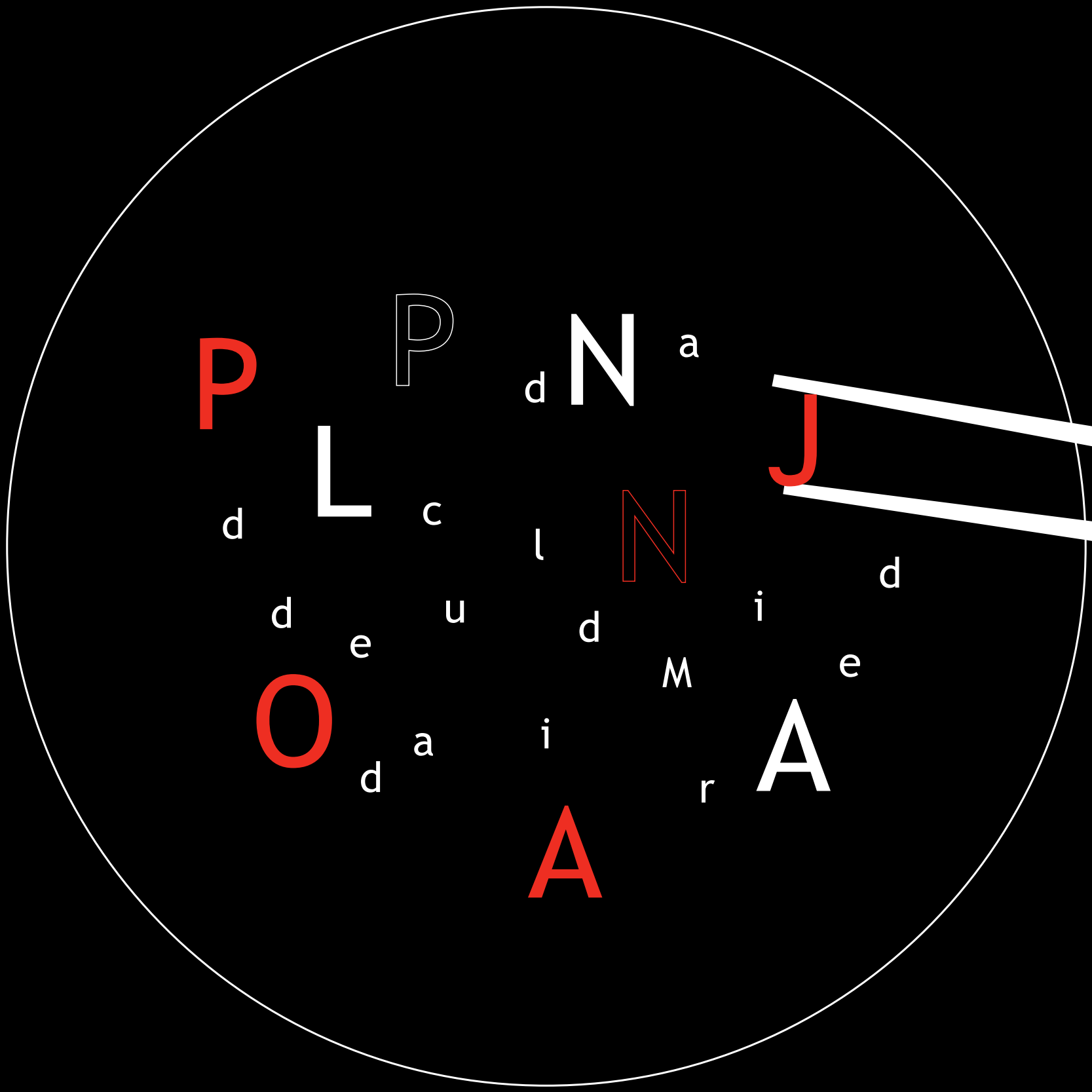
# PLAN JAPÓN

de la ciudad de Madrid

¡MADRID!

2008-2011


P
P
N
a
d
J
L
d
c
l
N
d
d
u
i
d
e
d
M
e
O
a
i
A
d
r
A

# Presentación

0

Hace ya cinco años que el Gobierno de la Ciudad comprobó que, en nuestra capital, ni el turismo ni la iniciativa empresarial japonesa arraigaban como lo hacian en otras metrópolis europeas. La explicación que el Ayuntamiento encontró a esa preocupante anomalía coincidía con lo que un miembro de la Embajada de Japón describió en un artículo como “una historia de amor no correspondida entre Japón y Madrid”. Porque el hecho es que Madrid, en efecto, estaba fallando a la hora de corresponder a la atracción que ejercía sobre los japoneses con el nivel de seguridad, de servicios y de facilidad para el intercambio que estos merecían. Unos meses después, en abril de 2005, el Plan Japón cobraba vida para rectificar este error injusto y doloroso, impropio de nuestra manera de ser, y que hoy, tras un balance del que nos podemos sentir orgullosos, ha devuelto la relación entre Madrid y Japón a sus términos naturales: los de un mutuo respeto y simpatía.

Los esfuerzos que hemos dedicado a acercar nuestra ciudad a Japón forman parte de la acción exterior española, y se inscriben en el marco de los que realiza el propio Gobierno de la Nación y el Jefe del Estado. El trabajo desarrollado en este Plan ha sido y seguirá siendo fruto de un esfuerzo conjunto de todas las Administraciones Públicas y de socios estratégicos como Casa Asia, contando siempre con la excelente colaboración de la Embajada de Japón en España y de la comunidad nipona de nuestra ciudad.

La participación y el consenso generados durante la primera fase del Plan Japón 2005-2008 han abierto la puerta a una de las claves del éxito del Plan Japón: la colaboración público-privada.

En el ámbito del turismo, se ha reforzado la seguridad de los turistas japoneses y se han dispuesto los medios suficientes para asistirles en situaciones de denuncia. En las principales zonas turísticas, se han colocado señalizaciones en tres idiomas, español, inglés y japonés, y se han preparado folletos turísticos en japonés. Se puede acceder en japonés a la página web de Turismo del Ayuntamiento de Madrid. No cabe duda de que, hoy en día, los viajeros japoneses se sienten más arropados en la capital española.

Como consecuencia de este Plan, se han cosechado grandes resultados. Destacan los logros en materia de seguridad, con una drástica reducción de los delitos violentos contra ciudadanos japoneses y un espectacular incremento del número de turistas nipones que visitan nuestra ciudad y nuestro país. Otro éxito reseñable es que la sociedad madrileña ha dejado de percibir a Japón como un país lejano y descocido y hoy, los ciudadanos manifiestan con sus actos la realidad del interés por la milenaria cultura nipona.

ACTO DE ENTREGA AL ALCALDE DE MADRID DE LA ORDEN DEL SOL NACIENTE.

Apoyados en ese consistente sustrato de interés común, Japón y España estrechan cada día más su relación, y con ella la que mantienen con sus respectivas Familias Reales. Así, en la visita que Su Alteza Imperial el Príncipe Heredero Naruhito realizó a nuestra ciudad en julio de 2008, tuve el honor de entregarle la Llave de Oro de la ciudad, después de que en 1985 la recibieran los entonces Príncipes Herederos Aki-Hito y Michiko, y de que en 1994 volvieran a hacerlo, ya en calidad de Emperadores. Al mismo tiempo, Sus Majestades los Reyes han comprobado la vitalidad de Japón en una muy reciente visita en la que Don Juan Carlos señaló que "la creciente cooperación entre nuestras autoridades, instituciones, empresas y ciudadanos, pone de relieve los numerosos sectores abiertos a una todavía más intensa relación hispano-japonesa".

Madrid quiere ser, en esa tarea, actor de primera hora y honda convicción. Somos conscientes de que hay que seguir en la línea de trabajo inciada en 2005 y mejorar el Plan Japón sobre la base de la experiencia adquirida durante sus tres años de vida.

Por este motivo, representa una satisfacción especial presentar esta publicación que, además de un balance y análisis de la primera fase del Plan, presenta el Nuevo Plan Japón de la Ciudad de Madrid 2008-2011 con el que pretendemos ampliar su campo de actuación, fortaleciendo las actuaciones ya existentes en materia de seguridad, turismo y economía con otras nuevas en el ámbito cultural o en el institucional.

El pasado 1 de Diciembre de 2008, tuve el inmenso honor de ser distinguido por el Gobierno de Japón con la condecoración de la "Orden del Sol Naciente". Esta concesión al Alcalde de Madrid que recibí en nombre de todos los ciudadanos de la capital, simboliza la multiplicidad y vastedad de una sociedad urbana como la madrileña que ha decidido abrir su corazón a Japón con la sincera hospitalidad de la que sólo ella es capaz.

El agradecimiento que en ese momento expresé a Su Majestad el Emperador Aki-Hito en la persona del Embajador del Japón no es sino el adelanto de un compromiso aún más firme de colaboración y amistad con el país del Sol Naciente, como reconocimiento no sólo mío, sino de toda la sociedad madrileña.

Alberto Ruiz-Gallardón
Alcalde de Madrid

ACTO DE ENTREGA AL ALCALDE DE MADRID DE LA ORDEN DEL SOL NACIENTE.
SALUDO ENTRE EL ALCALDE Y EL EMBAJADOR DE JAPÓN.

# Introducción

En el año 2004, los indicadores de relaciones entre Madrid y Japón no estaban a la altura de los que presentaba Madrid con otros países del mundo. Este hecho era algo injustificado que no respondía a ningún factor en particular, más allá de la falta de contactos y herramientas suficientes para que las relaciones entre Madrid y Japón comenzaran a fluir con normalidad.

El Ayuntamiento de Madrid, con la inestimable colaboración de la Embajada de Japón en España y la comunidad nipona de la ciudad, decidió aunar esfuerzos para intensificar las siempre excelentes relaciones entre Madrid y Japón y situarlas en el nivel privilegiado por todos deseado.

En abril de 2005, en el marco del Plan de Internacionalización de la Ciudad de Madrid, en el que el fortalecimiento de las relaciones económicas internacionales con el continente asiático se definía como objetivo estratégico, cobraba vida el PLAN JAPÓN 2005-2008.

El Gobierno de la Ciudad de Madrid era plenamente consciente de que Japón es la 3ª potencia mundial. Forma parte, junto con EEUU y Europa de la tríada inversora internacional, siendo el país emisor del turismo de mayor calidad en el mundo, una potencia mundial en tecnología, conocimiento e innovación y un referente cultural internacional.

Siendo Asia, en general, y Japón, en particular, dos áreas geográficas prioritarias para España, claramente remarcadas en el Plan Asia-Pacífico del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, también debían serlo en la actividad internacional de la capital. Japón era el mejor socio estratégico que Madrid podía encontrar para jugar el papel de nexo en la triangulación de las relaciones económicas entre Asia, Europa y Latinoamérica.

# PLAN

# El Plan, una necesidad

Debido a algunos problemas de seguridad y a la escasa actividad promocional sobre Madrid en el mercado japonés durante la última mitad del pasado decenio, a partir del año 1999, se produjo una drástica reducción del turismo japonés en Madrid hasta situarse en mínimos históricos en el año 2004. Además, los datos de intercambio empresarial entre Madrid y Japón eran ciertamente decepcionantes.

Existía por tanto un problema y había que buscar una solución: el Plan Japón nace con el objetivo de recuperar y aumentar el turismo japonés así como fidelizar y fomentar la inversión nipona en Madrid.

El Plan Japón comenzó a forjarse en el año 2004. El Ayuntamiento trabajó estrechamente con quienes mejor podían asesorar, apoyar e identificar las necesidades y objetivos en este ámbito, con la propia comunidad japonesa en Madrid: la Embajada de Japón en España, la Japan External Trade Organization, las principales Asociaciones empresariales japonesas en España, como Suiyokai o Sansuikai, los residentes y turistas japoneses - a los que se realizaron encuestas - y, en definitiva, con todos aquellos expertos y conocedores de Japón, de su turismo, su entramado social y empresarial y, por último, como no podía ser de otra manera, con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación del Gobierno de España.

La participación y el consenso generados durante ese año de trabajo conjunto abrieron la puerta a una de las claves del éxito del Plan Japón: la colaboración y el partenariado público-privado. Si bien muchas de las actuaciones se han puesto en marcha desde el ámbito municipal, otras muchas han surgido al calor de la iniciativa estrictamente privada o desde la colaboración público-privada.

A través del Plan, durante el año 2005, se pusieron en marcha de una serie de actuaciones fundamentalmente en las áreas de seguridad, turismo y economía, convirtiéndose en una iniciativa única en el ámbito internacional, en el que una ciudad, Madrid, implementaba 70 medidas concretas para fortalecer e incrementar sus relaciones con un país, Japón.

JAPÓN

ACTO DE CELEBRACIÓN DEL PRIMER ANIVERSARIO DEL PLAN JAPÓN

# Nuevas iniciativas, nuevo Plan

El Ayuntamiento de Madrid llevó a cabo un importante esfuerzo institucional para la puesta en marcha efectiva de estas actuaciones, y cumplido el tercer aniversario del Plan, en el año 2008 se estimó necesario proceder a realizar un análisis tanto de la efectividad de cada una de las actuaciones adoptadas en el marco del Plan así como de los resultados obtenidos con la implementación de dichas medidas.

El objetivo no es otro que mejorar el Plan Japón sobre la base de la experiencia adquirida durante sus tres años de vida.

Además, se pretende ampliar su campo de actuación, fortaleciendo las actuaciones ya existentes en materia de seguridad, turismo y economía, con otras nuevas, por ejemplo, en el ámbito cultural o institucional.

En este sentido, la creación de la Oficina de Estrategia y Acción Internacional, Madrid Global, ha servido como mecanismo de coordinación e impulso de las acciones de este Plan. Desde Madrid Global, oficina englobada en el Área de Coordinación de Estudios y Relaciones Externas del Área de Gobierno de Vicealcaldía, se dirigirá la implementación del Plan y se desarrollarán, además, un buen número de acciones del propio Plan.

Para el lanzamiento de este nuevo Plan Japón de la Ciudad de Madrid 2008-2011, más amplio y efectivo, se ha considerado esencial conocer las opiniones de los principales actores del Plan Japón 2005-2008.

# Análisis previos, externos

En la primera fase de definición del nuevo Plan Japón se ha optado por analizar desde el exterior, sin la participación del Ayuntamiento de Madrid, los resultados y opiniones sobre el Plan.

En primer lugar, con relación al apartado seguridad, se han analizado los datos cuantitativos proporcionados por la Embajada Japonesa en España acerca de la evolución de los delitos contra nacionales japoneses.

Además, en el aspecto cualitativo, con el fin de conocer la opinión de los profesionales del sector y turistas japoneses sobre las medidas implantadas para mejorar la seguridad, se han realizado encuestas a agencias de viaje especializadas en turismo japonés, a guías turísticos y a los propios turistas japoneses que nos visitan en viajes organizados mediante encuestas renovadas en el aeropuerto de Barajas así como a los turistas que nos visitan de manera independiente (fuera de los paquetes turísticos organizados) y que han participado en las visitas guiadas Descubre Madrid.

En relación con las actuaciones en materia de turismo, se ha analizado la evolución del turismo japonés en base fundamentalmente a las estadísticas publicadas por el Instituto de Estudios Turísticos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo español (estadísticas de Frontur) y por el INE (Instituto Nacional de Estadística) y de nuevo se ha contado con la colaboración organismos oficiales japoneses, profesionales del sector turístico japonés y turistas japoneses, para conocer su opinión acerca de las medidas puestas en marcha en el marco del Plan Japón.

Además se ha realizado un examen de la suficiencia y disponibilidad de los servicios ya desarrollados tales como información turística en japonés impresa y on line.

Por último, en el apartado de economía se ha contado con la cooperación de la Embajada Japonesa para preguntar a los empresarios japoneses ya establecidos en Madrid sobre las acciones acometidas en el marco del Plan Japón, y se han solicitado su colaboración para el planteamiento de nuevas estrategias.

EL ALCALDE DE MADRID ENTREGA AL ANTERIOR EMBAJADOR DE JAPÓN EN ESPAÑA, SR. KEN SHIMANOUCH, UN OBSEQUIO EN EL ACTO DE CELEBRACIÓN DEL PRIMER ANIVERSARIO DEL PLAN JAPÓN.

# Contraste de análisis, nuevas líneas de trabajo

En una segunda fase se han organizado reuniones en la Embajada de Japón en España con las diferentes Áreas de Gobierno del Ayuntamiento de Madrid que han tenido responsabilidades en el Plan Japón o que pueden tenerlas en el nuevo Plan, así como con representantes sectoriales de la comunidad nipona en Madrid.

En estas reuniones se han contrastado y completado los análisis externos, se ha analizado la efectividad de cada actuación y se han definido las líneas de trabajo del Plan Japón 2008-2011.

Estas nuevas líneas de actuación se han diseñado a través de las reuniones que, desde Madrid Global, se han mantenido con el resto de Áreas de Gobierno implicadas en este Plan.

Las Áreas de Gobierno con actuaciones específicas en el Plan Japón son:

Seguridad y Movilidad
Economía y Empleo
Las Artes
Madrid Global, Área de Coordinación de Estudios y Relaciones Externas

El presente documento refleja el resultado de todos estos trabajos en su primera parte: Análisis y Balance del Plan Japón 2005-2008 y dedica la segunda parte a presentar las nuevas actuaciones que se han previsto en el marco del nuevo Plan Japón 2008-2011.

P
P
N
a
d
L
A
d
c
N
l
d
d
u
d
i
e
M
e
O
a
i
A
d
r
J

# Análisis y Balance del Plan Japón 2005-2008

Gracias al Plan Japón 2005-2008 se pusieron en marcha 67 actuaciones enfocadas a que los ciudadanos japoneses que decidiesen visitar, trabajar, invertir o simplemente convivir entre los madrileños, se sintieran en Madrid como en su propia casa.

Para la consecución del incremento del turismo japonés y de la fidelización y la promoción de las inversiones japonesas en Madrid, se plantearon dos ámbitos de actuación:

- Turismo y Seguridad:
  Mejorar la seguridad de los turistas japoneses en Madrid.
  Mejorar los servicios a los turistas japoneses en Madrid.

- Economía:
  Fidelización de las inversiones japonesas existentes en Madrid.
  Promoción de nuevas inversiones japonesas.

Además, se adoptaron algunas medidas en el ámbito institucional para mejorar y fomentar la imagen de Madrid en Japón.

# I · SEGURIDAD

## Mejora de la seguridad de los turistas japoneses en Madrid.

La inseguridad de los turistas y residentes japoneses en la capital de España era la principal amenaza detectada para el incremento del turismo japonés y también de las inversiones japonesas en Madrid.

La comunidad japonesa residente, las agencias de viaje y los guías de viaje denunciaban especialmente el problema de la inseguridad como principal obstáculo para la consecución de los objetivos perseguidos por el Plan Japón.

En particular se producía un elevado número de delitos con violencia a los turistas japoneses y que:

- colocaban a Madrid en lista de ciudades peligrosas que elabora el Ministerio de Exteriores japonés
- creaban una imagen negativa en el sector turístico del país nipón

### A · ACCIONES DESARROLLADAS EN MATERIA DE SEGURIDAD EN EL PLAN JAPÓN 2005-2008

Con el fin de mejorar las condiciones de seguridad y sentar las bases para el crecimiento del turismo japonés en Madrid se propusieron 12 actuaciones municipales desarrolladas por el Área de Gobierno de Seguridad y Servicios a la Comunidad del Ayuntamiento de Madrid.

Las actuaciones desarrolladas se pueden agrupar en 3 líneas de acción:

- Incrementar la presencia policial
- Mejorar los servicios a las víctimas de delitos
- Coordinación y colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid (Área de Seguridad) y la Embajada Japonesa en Madrid

A título de ejemplo, se citan algunas iniciativas concretas:

- Incremento de la presencia policial en los principales puntos turísticos:
  - Puesta a disposición del Plan Japón de tres Oficinas Móviles de Atención al Ciudadano (OACs).
  - Asignación de zonas de vigilancia y patrulla a cada una de estas OAC de acuerdo con los principales puntos turísticos determinados en el Plan Japón:
    - _ Triángulo del arte, museos Prado, Reina Sofía y Thyssen.
    - _ Plaza Mayor - Sol
    - _ Eje Colón - Estadio Santiago Bernabeu
  - Refuerzo de la vigilancia policial en los lugares y franjas horarias donde se registraban delitos contra turistas japoneses:
    - _ En lugares de interés turístico e inmediaciones de los hoteles donde se alojan los turistas japoneses.
    - _ En las franjas horarias de medio día y en los fines de semana.

- Con relación a los servicios policiales a los turistas japoneses víctimas de delitos, se adoptaron medidas para mejorar la asistencia y agilidad en las denuncias por robo efectuadas por turistas japoneses, a través de:
  - Formulario de denuncia en japonés disponible en las OAC.
  - Servicio de traducción telefónico en tiempo real japonés - español disponible en las OACs.

- Coordinación permanente entre la Policía Municipal y la Embajada Japonesa en Madrid para el intercambio de datos sobre registros de la evolución de los delitos contra ciudadanos y residentes japoneses en Madrid, para:
  - Seguimiento de la tipología, zonas y franjas horarias de los delitos.
  - Planificación de la vigilancia policial de acuerdo con la evolución de los delitos.

## B · BALANCE

En el periodo 2005-2008, se ha constatado la eficiencia de las medidas implementadas con un acusado descenso de los delitos considerados violentos contra ciudadanos japoneses de acuerdo con los datos aportados por la embajada japonesa.

| | TOTAL | VIOLENTOS | % |
|---|---|---|---|
| 2005 | 110 | 28 | 25% |
| 2006 | 119 | 20 | 17% |
| 2007 | 126 | 15 | 12% |
| 2008 | 107 | 7 | 7% |

Fuente: Embajada Japonesa en Madrid, total delitos/violentos registrados en la ciudad de Madrid.

Tomando como referencia Abril 2005, fecha de lanzamiento del Plan, en la evolución 2005 - 2006, se produce una importante disminución de los delitos “violentos” que si en 2005 representaron el 25% del total de los delitos, en 2006 descendieron hasta el 17%.

En 2007 los delitos “violentos” han continuado la importante tendencia a la baja con una reducción adicional hasta situarse en el 12%.

En 2008 la tendencia es incluso mejor, reduciéndose los delitos violentos hasta el 7% sobre el total de delitos registrados en ese periodo.

Si bien es cierto que el número total de delitos aumentó un 14% en el trienio 2005-2006-2007, también lo es que:

- este aumento se produce en los delitos no violentos.
- el turismo japonés en ese mismo periodo aumentó un 12% según datos de la encuesta de ocupación hotelera y en un 200% si se toma como referencia los datos de la estadística Frontur (movimientos turísticos en fronteras).

Por otro lado, los datos aportados por la Embajada de Japón para el conjunto de España, muestran una interesante comparativa en la evolución de los delitos en los años 2004 a 2007, según registros de la Embajada en Madrid y del Consulado en Barcelona que registran los delitos acaecidos en las respectivas áreas territoriales de las delegaciones diplomáticas: Cataluña y Levante Español para el caso del Consulado de Barcelona por un lado y por otro lado Andalucía, comunidades castellanas y Madrid para la Embajada.

Así, en el año 2004 los delitos registrados en la Embajada de Madrid supusieron el 53% de los delitos contra ciudadanos japoneses en España mientras que los registros del Consulado de Barcelona recogían el 47% de los delitos.

Los resultados de 2008 son completamente opuestos.

- La Embajada de Madrid registra el 40% de los delitos.
- El Consulado de Barcelona registra un aumento hasta el 60%.

Total de delitos registrados en España, según registros de la Embajada Japonesa en Madrid y el Consulado Japonés de Barcelona:

| | | EMBAJADA MADRID | CONSULADO BARCELONA | TOTAL | COMPARACIÓN CON LOS AÑOS ANTERIORES | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2008 | total | 188 | 273 | 461 | -84 | -15,4% |
| | violentos | 9 | 1 | 10 | -11 | -52,4% |
| 2007 | total | 220 | 325 | 545 | 129 | 31,0% |
| | violentos | 18 | 3 | 21 | -10 | -32,3 |
| 2006 | total | 182 | 234 | 416 | 24 | 6,1% |
| | violentos | 25 | 6 | 31 | -18 | -36,7% |
| 2005 | total | 206 | 186 | 392 | -4 | -1,0% |
| | violentos | 43 | 6 | 49 | -18 | -26,9% |
| 2004 | total | 217 | 179 | 396 | -33 | -7,7% |
| | violentos | 63 | 4 | 67 | -45 | 40,2 |

Fuente: Embajada Japón. Madrid incluye Andalucía, regiones castellanas y Madrid. Barcelona incluye Cataluña y regiones levante español.

De nuevo, estos datos hay que situarlos en un contexto de incremento del turismo japonés en España. En efecto, el total de delitos informados por la Embajada de Japón contra ciudadanos japoneses en España aumentó en el trienio 2005-2007 pero dicho incremento hay que relacionarlo con el incremento del turismo japonés:

| | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|
| turistas | 181.052 | 261.034 | 365.298 |
| delitos | 392 | 416 | 545 |

Fuente: Frontur y Embajada Japón. (No se disponen de datos de turismo 2008 a fecha de elaboración de este informe)

Así, respecto al total de España, si en 2005 hubo 2 delitos por cada mil visitantes, en 2006 la tasa descendió a 1,6 y en 2007 a 1,5.

Finalmente, respecto a la tipología de los delitos hay que precisar que el incremento se produce claramente en los delitos tipificados como no violentos.

Por supuesto es necesario continuar con el trabajo realizado para la reducción del número global de delitos pero hay que poner de manifiesto los resultados positivos de las medidas aceptadas que han supuesto un significativo descenso de los delitos violentos, contribuyendo a aminorar la alarma social en la comunidad japonesa.

家内安全

## C · ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS Y OPINIONES EXTERNAS

### Opinión de las agencias de viaje consultadas

Las agencias de viaje japonesas que canalizan los viajes organizados de japoneses a Madrid (JAL, JTB, Miki Travel, Frontia, Hanshin) opinan que ha mejorado la seguridad en Madrid, sobre todo en relación a los delitos violentos.

Aprecian los esfuerzos realizados y creen necesario continuar con esta labor y por supuesto no descuidar este aspecto fundamental del Plan Japón.

Respecto a los servicios a las víctimas de delitos, efectivamente conocen las OACS, y dos de las agencias consultadas afirman que han utilizado sus servicios valorando los mismos de forma notable una y suficiente la otra.
Una de las agencias señala que no conocía los servicios de traducción telemática de las que están dotadas.

### Opiniones de los guías de viaje especializados en turismo japonés

5 de los 8 guías de viaje profesionales que trabajan con turistas japoneses en tours organizados, afirman conocer las OACS. De éstos, 1 afirma haber utilizado los servicios y los valora con un notable.

Opinan que la seguridad ha mejorado, si bien 3 de éllos realizan anotaciones específicas sobre la necesidad de combatir el aumento de casos de carteristas en lugares turísticos (Reina Sofía, Paseo del Prado, Gran Vía…)

### Opiniones de los turistas encuestados que visitan Madrid en viajes independientes. Impresiones de los turistas participantes en las visitas guiadas “Descubre Madrid”.

Se han realizaron encuestas a los turistas japoneses que visitan la ciudad en viajes organizados así como cuestionarios a los turistas que viajan de forma independiente, al margen de los tour operadores.

Las encuestas realizadas a los turistas japoneses participantes en las visitas guiadas de « descubre Madrid » muestran que Madrid sigue siendo catalogada como una ciudad insegura. Antes de iniciar el viaje la imagen que tienen de Madrid es la de una ciudad peligrosa. El 87% de los encuestados fue prevenido antes de iniciar el viaje acerca de la inseguridad de Madrid a través de referencias de medios de comunicación, amigos o familiares, hasta el punto de hacerles dudar sobre la idoneidad del destino.

La percepción inicial mejora tras conocer la ciudad. Ya en Madrid su percepción es de que la ciudad es peligrosa 32%. Un 4% sigue pensando que la ciudad es muy peligrosa. El 62% piensa que el nivel de seguridad es aceptable.

### La seguridad en las guías de viaje japonesas: Edición 2006/2007 de "Chikyu-no-arukikata"

La guía de turismo por excelencia en Japón es la serie "Chikyu-no-arukikata", en español "Cómo recorrer el mundo". En su edición para España (06/07), en el capítulo de Madrid, califica como lugares peligrosos o conflictivos los principales puntos turísticos:

- Atocha
- Puerta del Sol
- Plaza de España
- Zonas Comerciales
- Estadio Santiago Bernabeu
- Alrededores de los hoteles utilizados normalmente por japoneses

Evidentemente todas las guías de viaje dedican un capítulo a la seguridad del destino que presentan pero cabe una reflexión acerca del hecho de que para Madrid haga referencia además a los alrededores de los hoteles donde habitualmente se alojan los turistas japoneses. En el caso de Barcelona por ejemplo, se mencionan también determinados lugares turísticos como puntos conflictivos pero no se hace mención alguna a los hoteles.

## D · CONCLUSIONES

- La evolución de los datos de seguridad en 2005 - 2008 es muy positiva.
- Han descendido de manera espectacular los delitos tipificados como "violentos", aquellos que se producen con agresión física y que "alarman" y expulsan al visitante japonés.
- Han aumentado los delitos no violentos aunque en un escenario de aumento de turistas. Son delitos habituales en otras ciudades internacionales. No "alarman" ni expulsan al visitante.
- La imagen de Madrid en Japón ha mejorado levemente

Comparativa de resultados 2005 / 2008 acerca de la imagen de peligrosidad de Madrid en Japón:

| | MUY PELIGROSA | PELIGROSA |
|---|---|---|
| 2005 | 56% | 31% |
| 2008 | 53% | 30% |

焼肉
4 F
USA
5F
ヘルス
パステル
HUMAX
HUMAX
サムタイム
ボウリング
コパボウル
まんが@カフェ
ゲーム
フィンランド
マクドナルド
テレクラ
コミック・ネットカフェ
ビリヤード・ダーツ
LUXOR Bar
club HERO
VIDEO
受付当ビル4階
営業中
まんが喫茶
無料案内所
サンマリン
DINING BAR
ZONE

# II · TURISMO

## Mejora de los servicios turísticos destinados al japonés en Madrid. Mejora de la imagen y conocimiento de Madrid en Japón.

El primer objetivo declarado en el Plan Japón 2005-2008 es el fomento del turismo japonés.

Sin duda el sector turístico tiene una gran importancia para la economía madrileña y el turismo japonés en concreto presenta las siguientes características:

- Es un turismo de alta rentabilidad
- no estacional
- de eminente perfil urbano y cultural

Por estos motivos, Madrid está en una posición privilegiada para presentar una oferta completa y atractiva para el turista japonés.

Durante la elaboración del Plan Japón 2005-2008, en las reuniones mantenidas con el sector turístico japonés en Madrid, además de la mejora de las condiciones de seguridad, se plantearon 2 líneas de acción fundamentales para la recuperación del turismo nipón:

- desarrollar servicios turísticos específicos para el turismo japonés.
- promocionar y fomentar la oferta turística madrileña en Japón.

### A · ACCIONES DESARROLLADAS EN MATERIA DE MEJORA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL PLAN JAPÓN 2005-2008

- El Plan Japón recogía 10 actuaciones destinadas a mejorar los servicios al turista japonés en Madrid, que se desarrollaron en 3 líneas de acción:
  - Desarrollo de productos de información turística en japonés en los Centros de Información Turística, CIT. (mapas de Madrid...)
  - Desarrollo de productos virtuales y nuevas tecnologías para el turismo japonés (versión japonesa disponible en esmadrid.com, servicios turísticos a través de móvil.)
  - Desarrollo de productos turísticos facilitadotes de la movilidad y el acceso de los turistas a la oferta turística:
    _Instalación en idioma japonés de señales indicadoras de la ubicación de los principales puntos de interés turístico como el Museo del Prado, Plaza Mayor, Sol, etc.…
    _Programa específico para el turista japonés de visitas guiadas “descubre Madrid”, con guías de habla japonesa.

- El Plan Japón listaba además 22 actuaciones para mejorar y fomentar la imagen de Madrid en Japón. Estas actuaciones se desarrollaron en 2 áreas fundamentalmente:
  - Mediante la colaboración con entidades para la promoción de la imagen de Madrid:
    _Promoción de la ciudad de Madrid en la gira de verano del Real Madrid en 2006 en Japón.
    _Visitas a Japón para la presentación de Madrid al sector turístico japonés.
    _Invitación a periodistas y medios japoneses a Madrid.
  - Mediante la participación en actividades y eventos artístico-culturales para la promoción de Madrid en Japón.

## B · BALANCE

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España publica los datos de turismo extranjero en España a través de la encuesta de Frontur (Movimientos Turísticos en Fronteras) del Instituto de Estudios Turísticos.

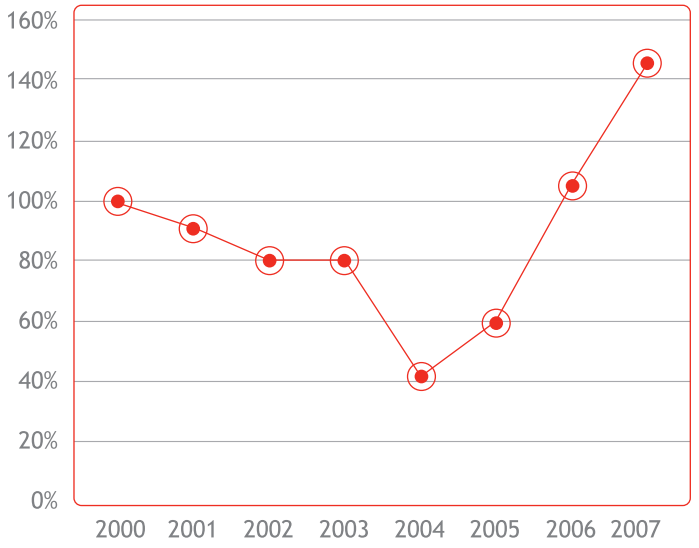
Según las estadísticas de Frontur (Movimientos turísticos en Fronteras, Instituto de Estudios Turísticos del Mº de Industria, Comercio y Turismo) el turismo japonés se ha incrementado en España de manera continuada especialmente a partir del trienio 2005 - 2007.

| FRONTUR | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TURISMO EXTRANJERO EN ESPAÑA | 46.775.869 | 47.897.915 | 50.093.555 | 52.326.767 | 50.853.815 | 52.429.832 | 55.913.778 | 58.451.141 | 59.193.290 |
| evolución interanual % | - | 2,40% | 4,58% | 4,46% | -2,81% | 3,10% | 6,64% | 4,54% | 1,27% |
| TURISMO JAPONÉS | 359.113 | 300.828 | 265.047 | 240.637 | 237.392 | 150.583 | 181.052 | 261.034 | 365.298 |
| evolución interanual % | - | -16,23% | -11,89% | -9,21% | -1,35 | -36,57% | 20,23% | 44,18% | 39,94% |

Fuente: Frontur, Insitito de Estudios Turísticos

**OBRA EXPUESTA EN EL IED DE MADRID.**
Exposición “Pasaje al Futuro: nueva generación de arte en Japón”. 2007

Así, mientras el turismo extranjero en España ha mostrado un crecimiento sostenido prácticamente todos los años, en el caso del turismo japonés la caída fue espectacular en la primera mitad del presente decenio y la recuperación es muy fuerte a partir del año 2005.



Para el total de España el turismo japonés se ha incrementado un 20% en 2005, un 44% en 2006 y un 40% en 2007.

Parece razonable referir los datos del turismo japonés en Madrid a las estadísticas de Frontur, toda vez que:

- De acuerdo con las agencias de viaje japonesas en Madrid y con la opinión de la propia Embajada Japonesa, Madrid es la ciudad de entrada o salida de los turistas japoneses que visitan España.
- Todos los viajes organizados de turistas japoneses en España, visitan tanto Madrid como Barcelona.
- El turismo japonés es en el ámbito estatal, con gran diferencia, el que más ha aumentado en los años 2005-2006-2007, muy por encima del resto de nacionalidades. (+44%).
  El turismo japonés ha experimentado un fuerte crecimiento en España. En el año 2007 se llegó a una cifra record de turistas, sólo comparable a los niveles de los años 90, lo cual confirma sin lugar a dudas la recuperación y la tendencia al alza del turismo japonés.

- También se detalla la evolución del turismo por nacionalidades y para comunidades autónomas, siendo Madrid la región en la que más creció en el año 2006 con un incremento del 14,7%, presentando el mayor crecimiento de las 6 principales regiones receptoras de turismo extranjero.
  En números absolutos Madrid recibió 3,9 millones de turistas extranjeros.
  En el año 2007 el incremento fue del 11,2% llegando hasta los 4,4 millones de turistas extranjeros.

Por tanto, siendo el turismo japonés - de eminente carácter urbano y cultural - el que más ha aumentado en España y siendo Madrid la región que más ha crecido en España, podemos inferir que la evolución del turismo japonés en Madrid ha sido también muy positiva.

Estos datos se corresponderían con la evolución de los delitos antes mencionada.

Como dato final que avala esta línea de análisis, las estadísticas de visitantes de Museo del Prado muestran una tendencia al alza del turismo japonés entre los años 2005-2007.

| | VISITANTES JAPONESES | EVOLUCIÓN |
|---|---|---|
| 2005 | 110 | - |
| 2006 | 119 | +25% |
| 2007 | 126 | +12% |

Fuente: Museo del Prado, Informe Anual 2007

De ser el 4º país emisor de visitantes al Museo en 2005, ha pasado a ocupar la tercera posición en 2006 y 2007, adelantando a Francia y sólo por detrás de Estados Unidos e Italia.

La evolución positiva del turismo japonés se produce además en un contexto económico negativo. El Euro se ha apreciado de manera notable respecto al Yen. La moneda japonesa se depreció de manera notable a partir de octubre de 2006. El tipo de cambio promedio en 2005 era de 136 Yenes por Euro. Hasta Octubre de 2006 el tipo de cambio (medio) se incrementó hasta 140 Yenes por Euro, un incremento todavía poco significativo. Sin embargo el tipo de cambio medio en 2007 se situó en 161 Yenes por Euro, lo que supuso un encarecimiento del viaje del 18% exclusivamente por condicionantes de tipos de cambio sin entrar a valorar los incrementos en los precios en España y en la industria aeronáutica mundial.

## C · ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS Y OPINIONES EXTERNAS

Desde el punto de vista cualitativo se ha recogido la opinión de los profesionales del sector turístico japonés en Madrid acerca de los servicios desarrollados para el turista japonés en Madrid así como sobre la imagen y oferta de Madrid como destino turístico.

### PRODUCTOS INFORMACIÓN TURÍSTICA EN JAPONÉS EN LOS CIT (CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA)

Madrid dispone ahora un mapa turístico en japonés. El hecho de haber editado el mapa de Madrid en versión japonesa es en sí un notable éxito del Plan Japón. Antes del lanzamiento del Plan Japón no existía información turística alguna en japonés. El mapa recoge en el reverso información turística en japonés sobre los hitos históricos de la ciudad, lugares de interés y principales atracciones turísticas, museos, jardines y zonas verdes, mapa del metro, e información sobre los productos turísticos existentes. (“Madrid Card” o las visitas guiadas “Descubre Madrid”)

Esta información está disponible en los centros y puntos de información turística del aeropuerto de Madrid, Plaza de Colón, Cibeles y Plaza Mayor.

Las agencias japonesas y los guías consultados puntuan con un 6,3 la calidad de la misma aunque afirman que no suelen utilizar esta información.
Evidentemente el turismo independiente utiliza los centros de información turística y las respuestas son muy diferentes.

El 66% de los encuestados que han participado en las visitas guiadas “Descubre Madrid” confirman que han utilizado los servicios de los CIT y el 74% de ellos opinan que la información de estos centros es buena o muy buena.

El porcentaje baja hasta el 40% para los turistas que han visitado Madrid en viajes organizados.

En ambos casos, un 85% de los turistas que utilizaron los servicios de los CIT respondieron que la información era suficiente.

## PRODUCTOS VIRTUALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA EL TURISMO JAPONÉS

La página Web del Ayuntamiento de Madrid, esmadrid.com, recoge información en japonés sobre la oferta turística de la ciudad.

No hay que olvidar que Japón es uno de los países más avanzados del mundo en el que más personas tienen acceso a Internet (68,7% de la población = 87.540.000 japoneses según las estadísticas de internetworldstats.com) por lo que la edición en japonés de la página como medio de comunicación inmediato de la oferta turística de Madrid es sin duda una actuación notable.

La página recoge información sobre los principales atractivos turísticos y la agenda cultural de la ciudad.

## PRODUCTOS TURÍSTICOS EN MADRID QUE FACILITAN LA MOVILIDAD Y EL ACCESO A LA OFERTA TURÍSTICA

La colocación de indicaciones en japonés con la señalización de los principales puntos de interés turístico es sin duda una medida que ha causado un impacto muy positivo en la imagen de Madrid y de su apuesta por el turismo japonés. Existen señales bilingües español - japonés con indicaciones de dirección del Museo del Prado, Plaza Mayor, Puerta de Alcalá, …

Las agencias de viaje conocen la señalización en japonés y su valoración media de esta medida es de 5,6 puntos sobre 10.

Los guías de viaje conocen la señalización en japonés y su valoración media de esta actuación es buena.

El 84% de los encuestados en las visitas guiadas Descubre Madrid cree necesaria la señalización en japonés.

Evidentemente causa una muy buena impresión para el turista japonés que las indicaciones y direcciones de sitios tan importantes como el Museo del Prado o la Plaza Mayor entre otros estén señalizados en japonés.

El programa de visitas guiadas descubre Madrid que se realiza con guías de habla japonesa los domingos, ha tenido un éxito incontestable. Los turistas participantes encuestados en estas visitas así lo manifiestan. Y la demanda de esta visita aumenta cada día.

Además la guía turística por excelencia en Japón “Chikyu no arukikata” conoce y recomienda textualmente estas visitas, lo que sin duda contribuye a la imagen positiva de la oferta turística madrileña.

GUINDALERA
SILVELA
CALLE
Rufino Blanco
Calle Marqués de Zafra
Plaza de Roma
MANUEL BECERRA
ESQUERDO
DOCTOR
LISTA
ALCALÁ
GOYA
Hermosilla
PALACIO DE LOS DEPORTES
Parque Fuente del Berro
VENTAS
Conde
SALAMANCA
Goya
Av. Felipe II
Jorge
Sesto
DE
IBIZA
Menorca
Doctor
Duque
Calle
Alcalde
NIÑO JESÚS
SAINZ DE BARANDA
Baranda
Ayala
Alcántara
Cruz
Gasset
Padilla
Monlepes
Avenida
Parque Eva Perón
Fundadores
Toledano
Lanuza
Dolores Romero
Calle

## ACTUACIONES PARA MEJORAR Y FOMENTAR LA IMAGEN DE MADRID EN JAPÓN

Con ocasión de la gira de verano del Real Madrid en 2006 a Japón y aprovechando el enorme impacto mediático del equipo de fútbol, se realizaron eventos de promoción de la ciudad de Madrid y se editaron y distribuyeron en Japón, a través de Tour España, 20.000 ejemplares del folleto turístico "Visite Madrid".

Se mantuvieron encuentros en Japón con el sector turístico japonés y se atendieron visitas de medios japoneses a Madrid.

El plan Japón 2005-2008 ha sido presentado en varias ocasiones ante medios y sector turístico japonés. En 2006, el primer periódico de tirada nacional de Japón, dedicó una nota a la presentación del "Plan Japón de la ciudad de Madrid" en Tokio.

La medición de resultados en este ámbito no se contempla en este balance, porque se estima necesario un periodo de tiempo de ejecución de acciones mayor para poder analizar estos resultados. Las únicas referencia sobre cambios en el conocimiento y percepción de Madrid en Japón que se pueden utilizar son la leve mejora de la imagen de seguridad previa de los turistas japoneses encuestados y las referencias a los nuevos servicios turísticos de Madrid en la guía turística por excelencia en Japón "Chikyu no arukikata". Ambos son datos positivos.

## D · CONCLUSIONES

- Se ha realizado un importante esfuerzo inicial al crearse información turística en japonés, traducir la página web al japonés, señalización en japonés, etc…
- Existe cierto desconocimiento de estas informaciones y servicios.
- Los turistas los valoran positivamente estas acciones.
- Sería positivo incrementar la información y distribución de estos productos turísticos.
- La página web es una herramienta fundamental para un país en el que 87.540.000 japoneses tiene acceso habitual a internet.
- Los servicios "personalizados" al turista japonés, como la visita de "Descubre Madrid", son altamente valorados por el turista y además son una buena herramienta para mejorar la imagen de Madrid en Japón.

Señalización en japonés en las calles de Madrid.

TURISTAS JAPONESES OBSERVAN SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA EN JAPONÉS.
PLAZA DE ORIENTE, MADRID.

# III · ECONOMÍA

## Fidelización y atracción de nuevas inversiones japonesas.

Uno de los objetivos del Plan Japón 2005-2008 era mejorar y potenciar la posición competitiva de Madrid como destino de inversiones directas para las empresas japonesas:

- como fuente de creación de empleo
- por su alto valor tecnológico añadido
- por su liderazgo en estándares de calidad y de gestión industrial

Japón es un país emisor de inversiones directas y la ciudad de Madrid, por su condición de capital de España, es la sede de numerosas empresas japonesas establecidas en nuestro país, fundamentalmente en los sectores de servicios y en el financiero.

El análisis de la posición competitiva de Madrid como destino de inversiones directas japonesas presentaba en efecto importantes fortalezas, además de por su capitalidad, por sus infraestructuras, el acceso a recursos humanos altamente cualificados y su elevada calidad de vida entre otros factores.

Se detectaban asimismo oportunidades en los sectores tecnológicos y financieros.

Precisamente en 2005, poco antes del lanzamiento oficial del Plan Japón, el Ayuntamiento de Madrid creó una agencia de desarrollo económico de la ciudad, Madrid Emprende.
Madrid Emprende ha desarrollado las actuaciones previstas en el Plan Japón en las dos vertientes formuladas de:

- Fidelización de la inversión japonesa ya establecida
- Promoción de nuevas inversiones japonesas en Madrid

## A · ACCIONES DESARROLLADAS EN MATERIA ECONÓMICA EN EL PLAN JAPÓN 2005-2008

En relación con la intensificación de los contactos con la comunidad empresarial japonesa se celebraron reuniones para definir conjuntamente con JETRO, SUIYOKAI y SANSUIKAI diferentes temas de interés común.

Dando respuesta a las inquietudes manifestadas acerca de la lentitud y las dificultades en los trámites administrativos para la obtención de los permisos de residencia y trabajo, se celebró una primera reunión con la Dirección General de Inmigración y Emigración para tratar cuestiones tan prácticas como las situaciones en las que los nacionales japoneses pueden estar en España - estancia o residencia - procedimientos, cómo obtener la residencia legal, acreditación (TIE), quienes necesitan visado y cómo solicitarlos, cómo conseguir la nacionalidad, clases de autorizaciones administrativas para trabajar o documentación y excepciones en la obtención de estas autorizaciones.

Posteriormente, se realizaron jornadas informativas con la comunidad empresarial japonesa, con la ayuda de un intérprete japonés, en las que se explicaron los trámites y se distribuyó documentación traducida al japonés.

La comunidad empresarial consultada para este análisis valora muy positivamente las jornadas realizadas y confirma su disponibilidad para la celebración de nuevas reuniones y seminarios de trabajo sobre inversiones en Madrid en las que se pueda ampliar y renovar la información sobre planes de inversiones y promociones públicas, parques empresariales y tecnológicos y también sobre trámites administrativos para permisos de residencia y trabajo de expatriados japoneses.

El Ayuntamiento de Madrid edita y distribuye desde el 2º trimestre del año 2006 la "Nota Japón", que recoge noticias de interés sobre la economía e industria japonesa y madrileña y que se distribuye regularmente a la comunidad empresarial e institucional japonesa en Madrid. La valoración de esta publicación es altamente positiva.

También se ha desarrollado documentación impresa y audiovisual sobre la oferta madrileña para el acogimiento de inversiones japonesas.

El documento "Madrid, El mejor clima de Europa para los negocios", elaborado por Madrid Emprende, también editado en japonés, es la tarjeta de presentación de la oferta madrileña para la atracción de inversiones extranjeras. Incluye información económica, infraestructuras, servicios, capital humano y oferta de espacios industriales y parques científicos así como una presentación de Madrid como ciudad abierta y cosmopolita.

Se ha editado asimismo la Guía del Expatriado con información útil para los expatriados: vivir en Madrid, empadronarse, sistema bancario y fiscal, zonas residenciales, comunicaciones, transportes, etc…

La página Web de Madrid Emprende está también disponible en versión japonesa y ofrece amplia información sobre la Agencia de Desarrollo Económico de Madrid y los servicios de información y asesoramiento al inversor japonés.

EL ALCALDE DE MADRID RECIBE A LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS JAPONESES SUYOKAI.

La Web cuenta además con la herramienta on line LEE, localizador de emplazamientos empresariales. Esta herramienta interactiva disponible en japonés permite conocer la oferta de inmuebles y suelo vinculado a actividades productivas y ofrece información actualizada de las áreas calificadas para usos industriales.

La Web ofrece asimismo un servicio de noticias a través del boletín electrónico o newsletter.

La Oficina de Apoyo al Inversor de Madrid Emprende ofrece un servicio de Apoyo al Inversor para facilitar la información necesaria para iniciar o ampliar su actividad empresarial y de negocio en Madrid.

Los principales servicios que presta la Oficina de Apoyo al Inversor de la Ciudad de Madrid son de información y orientación, y se realizan sobre ámbitos como:

- Oportunidades de negocio y evolución de la economía de Madrid.
- Legislación para el inversor: derecho mercantil, fiscal y laboral.
- Entidades y profesionales que asesoran a inversores sobre creación de empresas.
- Instituciones y entidades que ofrecen financiación, ayudas y subvenciones.
- Áreas y zonas disponibles en Madrid para la localización de inversiones.
- Parques tecnológicos y futuros viveros de empresas en Madrid para inversiones en sectores prioritarios y de alta tecnología.
- Cuestiones relativas al establecimiento en la ciudad de Madrid tales como la educación, salud, ocio y cultura.

Esta Oficina creó un espacio “Investors Support” destinado al acogimiento de los inversores potenciales, con espacios de oficinas y servicios ofimáticos gratuitos por tiempo determinado (3 meses) con el fin de que facilitar el inicio de un negocio en Madrid contando con los servicios de información y asesoramiento de la Oficina.

Respecto a la promoción directa en Japón de la oferta de Madrid para el acogimiento de inversiones japonesas, se definieron los sectores objetivo de la promoción: sector financiero, sector de la información y las comunicaciones, biotecnologías, nuevos materiales y nanotecnología.

Los responsables del Área de Gobierno de Economía del Ayuntamiento han realizado viajes oficiales a Japón con intensas agenda de trabajo y reuniones con JETRO, Cámara de Comercio de Tokio y Gobierno Metropolitano de Tokio.
Se mantienen contactos regulares en el ámbito institucional con las instituciones oficiales japonesas en Madrid y en Japón, especialmente con el TMG y su oficina homóloga Tokyo Business Entry Point.

Finalmente se lleva a cabo una intensa actividad de promoción directa en Japón en los sectores definidos, con viajes institucionales periódicos para la presentación de la oferta de Madrid y el seguimiento de los contactos realizados.

1000

## B · BALANCE

Más allá de las acciones puestas en marcha y las valoraciones positivas que éstas han tenido entre la comunidad japonesa en Madrid, los retornos, en términos de incremento de relaciones económicas bilaterales, no se pueden medir en un espacio temporal tan corto desde la puesta en marcha del Plan.

ENTREGA DEL PREMIO CASA ASIA 2006 A LA COLECCIÓN SUMA DE ARTE ESPAÑOL DEL MUSEO PREFECTURAL DE ARTE DE NAGASAKI Y AL MUSEO MARUGAME HIRAI DE JAPÓN.
MUSEO NACIONAL DEL PRADO. MADRID, 2006.

# IV • OTRAS ACCIONES Y RESULTADOS DEL PLAN JAPÓN 2005-2008

En esta sección se analizan otras acciones puestas en marcha desde el año 2005, más relacionadas con el impulso del fortalecimiento institucional entre Madrid y Japón y otras surgidas al calor del Plan, aunque no previstas inicialmente. Algunas de ellas han surgido de la colaboración privada/pública bajo el paraguas del Plan Japón.

- El Ayuntamiento de Madrid entró a formar parte de la Fundación Consejo España Japón en el año 2005.
- El Ayuntamiento de Madrid se ha adherido al consorcio Casa Asia, inaugurando un centro de Casa Asia en Madrid en el año 2007.
- La participación en ambas instituciones promueve no sólo la internacionalización de la ciudad de Madrid en sentido amplio sino que también permite la utilización de las políticas y actuaciones de ambas entidades y, en definitiva, el aprovechamiento de sinergias en el caso específico del Plan Japón para la consecución de las metas formuladas en éste.
- En el año 2006, se celebró en Madrid el Foro anual España-Japón con el objetivo de impulsar la cooperación entre España y Japón, en los ámbitos económico, comercial, empresarial, científico y cultural, así como de emprender acciones tendentes al desarrollo de dichas relaciones y al mutuo conocimiento.
- Madrid participó activamente en los Foros España Japón 2005 en Barcelona y 2007 en Wakayama.
- En el año 2007 se desarrolló el proyecto Link Tokio-Madrid, iniciativa impulsada por un grupo de jóvenes arquitectos de las dos ciudades que contó con el patrocinio del Ayuntamiento de Madrid. Esta propuesta supuso un interesante intercambio cultural que se concretó en vistas de arquitectos japoneses a Madrid y viceversa, con la participación de universidades de Madrid y Tokio y con la colaboración de Embajadas, Casa Asia, Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, entre otras entidades. Se ha editado un libro que recoge los frutos de esta colaboración.
- El reconocido grupo japonés de funky Osaka Monorail incluyó Madrid en su gira europea en otoño 2007.
- La Noche en Blanco ha servido también como plataforma para el intercambio cultural Madrid-Japón con la participación de Yoshida Brothers con Vicente Amargo, o demostraciones de Taiko, tambores japoneses.
- Los Veranos de la Villa 2008 programaron una actuación del grupo japonés de taiko “Yamato”.
- En noviembre de 2008 se celebró en Madrid la Japan Week en el Circo Price. Se trata de una exhibición de artes tradicionales japonesas en la que participan más de 150 artistas y que organiza anualmente en distintas ciudades del mundo NHK, la cadena de televisión pública de Japón.
- En julio de 2007 los Príncipes Herederos de Japón visitaron Madrid y se les hizo entrega de las Llaves de Oro de la ciudad. En su discurso, el Príncipe Heredero resaltó los esfuerzos del Ayuntamiento de Madrid con su Plan Japón.

CEREMONIA DE LA ENTREGA DE LAS LLAVES DE ORO AL PRÍNCIPE HEREDERO DE JAPÓN.

# Plan Japón de la Ciudad de Madrid 2008-2011

Una vez analizada la efectividad de cada una de las actuaciones adoptadas en el marco del Plan Japón 2005-2008 así como de los resultados obtenidos con la implementación de dichas medidas, se gesta el Plan Japón 2008-2011.

Este Nuevo Plan nace en un nuevo entorno en el que existe una excelente relación y coordinación de entre el Gobierno de la Ciudad de Madrid, el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación del Gobierno de España, la Embajada de España en Japón y la Embajada de Japón en España, así como con instituciones como Casa Asia, Fundación Consejo España-Japón, Japan Foundation, JETRO y con el Gobierno Metropolitano de Tokyo.

Uno de los elementos más relevantes del Plan Japón 2008-2011 es precisamente esa consolidación y fortalecimiento de las relaciones que se han producido en el ámbito institucional. La consolidación de estas alianzas institucionales es un elemento indispensable para poder avanzar de forma apropiada en cada uno de los ámbitos de trabajo: turismo, economía y cultura.

El órgano de coordinación institucional de Madrid para la puesta en marcha del Plan Japón 2008-2011 es “Madrid Global”, la Oficina de Estrategia y Acción Internacional, dependiente del Área de Coordinación de Estudios y Relaciones Externas en el Área de Gobierno de Vicealcadía. Madrid Global se creó por el Alcalde de Madrid en junio de 2007 para impulsar, coordinar y fortalecer la acción exterior de Madrid.

Las Áreas de Gobierno de Economía y Empleo, Seguridad y Movilidad y de las Artes, con el apoyo del resto del Ayuntamiento, junto a Madrid Global, son los verdaderos impulsores y artífices del Plan. parte japonesa, la Embajada de Japón en España es el órgano designado para la coordinación institucional de este Plan.

Se presentan a continuación, de forma no taxativa, las diferentes actuaciones previstas para este nuevo periodo, distinguiéndose medidas en los siguientes ámbitos de actuación:

INSTITUCIONAL

TURISMO

SEGURIDAD

ECONOMÍA

CULTURA

# I · Actuaciones Institucionales

### Coordinación y Seguimiento de las actuaciones del Plan Japón

Se prevé la puesta en marcha de una estrutura específica de seguimiento, coordinación e impulso de este Plan que vele por el corrrecto desarrollo del mismo, impulse las actuaciones y comunique los resultados obtenidos. Esta estructura prestará su apoyo y estará a disposición de todas las Áreas del Ayuntamiento de Madrid implicadas en el desarrollo de este Plan.

### Participación activa de Madrid en la Fundación Consejo España-Japón

El Ayuntamiento de Madrid forma parte de esta Fundación desde el año 2005. El papel clave de esta Fundación en canalizar todos los esfuerzos para lograr una mayor presencia de España en Japón.

### Particpación activa en el Foro España-Japón

Una de las concreciones más relevantes del papel de la Fundación Consejo España-Japón es la organización, en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación y la contraparte japonesa, del Foro España-Japón que se celebra anualmente y que se constituye como el instrumento más relevante de cooperación bilateral entre ambos países.

### Japón en Casa Asia

El Ayuntamiento de Madrid es miembro del Consocio Casa Asia y juega además un papel principal en la actividad de la sede que Casa Asia tiene en Madrid. A través de las actuaciones de Casa Asia en Madrid, el Ayuntamiento de Madrid tratará de lograr que Japón tenga una mayor presencia entre la ciudadanos madrileños y un mayor acercamiento a la cultura japonesa.

### Fortalecimiento y coordinación de acciones institucionales

- Con instituciones japonesas en España: Embajada de Japón, JETRO, Asociaciones de amistad bilaterales, Asociaciones Empresariales, comunidad japonesa, etc..
- Con instituciones de Japón: Japan Foundation, Gobierno Metropolitano de Tokyo, CLAIR, otros gobiernos locales japoneses, etc...
- Con la Embajada España en Japón.
- Con el Ministerio Asuntos Exteriores y Cooperación, Dirección General de Asia-Pacífico de la Secretaría de Estado de Asuntos Exteriores.
- Con la Fundación España-Japón.
- Con Casa Asia.
- Con el Instituto Cervantes.

### Establecimiento de una sede de la Japan Foundation en Madrid

En Europa, la Japan Foundation tiene sedes en Roma, París, Londres, Colonia y Budapest.

Una de las acciones más relevantes a desarrollar es la de lograr que Madrid acoja una sede de la Japan Foundation.

ACTO DE ADHESIÓN DE LA CIUDAD DE MADRID AL CONSORCIO CASA ASIA.

- Fortalecimiento de las relaciones y el diálogo urbano entre Tokyo y Madrid

  Uno de los objetivos clave del Plan Japón es el de cimentar unas estrechas relaciones entre la capitales de Japón y España. Tanto Tokyo como Madrid son dos ciudades de un gran dinamismo y con mucha capacidad de colaboración y aprendizaje mutuo. En base a ello se han cuidado, y se seguirán cuidando de forma especial, las relaciones con el Gobierno Metropolitano de Tokyo (TMG), con quien Madrid desea desarrollar una asociación mutuamente beneficiosa.

- Coordinación de visitas institucionales y eventos relacionados con Japón

  En coherencia con los objetivos del Plan Japón, el Ayuntamiento de Madrid acoge y continuará recibiendo y atendiendo un buen número de visitas institucionales (de ciudades, Ministerios, Asociaciones, etc.) procedentes de Japón o vinculadas al país nipón. Se seguirán apoyando eventos de toda naturaleza que estén relacionados con los objetivos del Plan Japón.

- Continuación de los esfuerzos institucionales para el establecimiento de conexiones áereas directas entre España y Japón

  Es evidente que un elemento clave para la consolidación de las relaciones entre España y Japón es el establecimiento de una ruta aérea directa entre los dos países. Por ello, se desarrollarán todos los esfuerzos necesarios (en coordinación con todas las Áreas competentes del Ayuntamiento de Madrid y con las restantes Administraciones Públicas y compañias aéreas) para impulsar y facilitar esa decisión.

- Mayor implicación de la comunidad japonesa en Madrid y en España en el Plan Japón

  Una de las claves del éxito del Plan Japón es saber comunicar su objetivo y alcance y ser capaces de implicar en el mismo a la comunidad japonesa en Madrid y en España, e incluso en algunos puntos clave de Europa donde los japoneses son decisores en el ámbito empresarial o institucional. Se implicará a la comunidad japonesa en las acciones que se desarrollen en el marco del Plan y se organizarán encuentros y reuniones periódicas con ellos, ya sea en Madrid o en cualquier otra ciudad en la que se considere conveniente.

  Además, se invitará a la comunidad japonesa en Madrid a todos los actos y eventos relacionados, en mayor o menor medida, con la vocación internacional de la Ciudad de Madrid y se apoyarán e impulsarán todas aquellas actividades de la comunidad japonesa en Madrid cuya temática esté relacionada con los ámbitos de actuación del Plan Japón.

- Acciones de comunicación y/o citymarketing para el mejor posicionamiento de Madrid en Japón

  Acciones para dar a conocer la pujanza urbana del Madrid de hoy y atraer a medios de comunicación y prescriptores de opinión, con influencia en Japón, facilitándoles un mayor y más preciso conocimiento de la Ciudad.

- Coordinación del Plan Japón 2008-2011 con el Plan Asia-Pacífico del Ministerio Asuntos Exteriores y Cooperación y con los planes de otros departamentos como la Secretaría de Estado de Comercio y el ICEX.

- Coordinación de la actividades que se realicen en el marco de la colaboración entre el Instituto Cervantes en Japón (Tokio) y el Ayuntamiento de Madrid.

# II · Actuaciones en el ámbito de Seguridad

- Mantenimiento del servicio de las Oficinas Móviles de Atención al Ciudadano (OAC)

  Se trata de vehículos de la Policía Municipal circulando permanentemente por las zonas turísticas más concurridas, dotados de medios específicos de atención al turista y profesionales con aptitudes específicas de atención al turista en general. En el caso del turista japonés, servicios telefónicos en tiempo real de traducción, formularios de denuncia en japonés. Las zonas son las siguientes:

  ZONA 1 ⇨ Plaza de España · Jardines de Sabatini · Campo del Moro · Calle Mayor/Arenal · Calle Gran Vía · Madrid de los Austrias · Plaza de Oriente · Placio Real · Teatro Real · Plaza de Ópera · Plaza Mayor.

  ZONA 2 ⇨ Puerta del Sol · Calle Preciados/Carmen · Calle de Alcalá, Carrera San Jerónimo, Calle Carretas - Atocha, Tirso de Molina · Lavapiés · Calle Huertas.

  ZONA 3 ⇨ Triángulo del Arte · Cibeles · Puerta de Alcalá · Recoletos-Colón · Paseo de la Castellana · Estadio Santiago Bernabeu.

- Ampliación de los sistemas de videovigilancia

  Se preve ampliar los sistemas de vigilancia en las calles y zonas turísticas más concurridas de la capital así como un incremento de los efectivos de la policía municipal en la zona Centro de la ciudad. En los próximos años está prevista la apertura de 2 nuevas comisarías en el Distrito Centro.

- Campaña de seguridad y prevención

  En el marco del plan global de lucha contra los delitos que atentan contra intereses turísticos se pondrá en marcha en los espacios turísticos y establecimientos más frecuentados por turistas como cafeterías, bares, hoteles,… una campaña de prevención y concienciación al turista para que tome las debidas precauciones y evite descuidos y desatenciones de sus pertenencias, mediante la colocación de carteles o anuncios visibles, en varios idiomas, entre ellos el japonés.

  Adicionalmente en el mismo sentido se prevé editar una nota de información turísitica en japonés con una reseña sobre precauciones y medidas elementales para evitar delitos menores como hurtos, carteristas, etc…

- Colaboración con las agencias y guías de viaje japoneses

  Se colaborará con agencias y guías de viaje japoneses en la determinación de los riesgos y lugares conflictivos con el fin de establecer en su caso medidas de vigilancia añadida allí donde se establezca en función de las indicaciones de los propios profesionales del sector turístico.

DEL SUR

- Establecimiento de línea directa entre los profesionales del sector turístico japonés y el Área de Gobierno de Seguridad del Ayuntamiento de Madrid.

- Colaboración con el sector hotelero

  Se va a solicitar la cooperación de la seguridad privada de estos establecimientos y la colocación de advertencias sobre la existencia de sistemas de videovigilancia en vestíbulos de hoteles como elemento disuasorio para carteristas.

  Programa piloto en hoteles seleccionados para la tramitación de denuncias por los turistas japoneses víctimas de delitos. Con el fin de evitar desplazamientos y agilizar los trámites de denuncia se solicitará la colaboración de los establecimiemintos hoteleros para la puesta a disposición de los turistas de formularios de denuncia que podrán ser cumplimentados en los propios hoteles y serán revisados , sellados y recogidos por la policía municipal que dará curso a la correspondiente denuncia. Esta experiencia piloto nacida del Plan Japón podrá hacerse extensible al resto de hoteles y turistas en general.

- Coordinación con la seguridad privada del Metro de Madrid

  En las estaciones de acceso a lugares de interés turístico para una mayor atención y vigilancia hacia los turistas en general.

- Colaboración y coordinación con la Embajada Japonesa

  Los turistas podrán conocer en todo momento, en base a los registros de la Embajada, las zonas más conflictivas y la tipología de delitos predominante.

- Promoción de la imagen de seguridad de Madrid en Japón

  En coordinación con la estrategia de promoción turística de Madrid en Japón.

JAPAN
PASSPORT

# III · Actuaciones en materia de Turismo

## Desarrollo de los servicios al turista japonés en Madrid

- Colaboración con el Área de Gobierno competente para la remodelación y rediseño de la señalización turística urbana en japonés.
- Lanzamiento de un nuevo paquete de informacion turística en japonés:
  - _ Nuevo diseño del Mapa de Madrid con contenidos revisados
  - _ Sección información práctica o guía básica
  - _ Información sobre precauciones y seguridad
- Información turística online de Madrid en japonés. Nuevo diseño y revisión de contenidos de la página web www.esmadrid.com en versión japonesa.
- Priorización de acciones de mejora de la información turística online y offline para el público japonés, incluyendo desde la edición de folletos hasta acciones de desarrollo del portal.
- Mantenimiento de la ruta en las visitas guiadas Descubre Madrid, en japonés.
- Nueva ruta gastronómica en las visitas guiadas Descubre Madrid, en japonés.

## Colaboración con el sector turístico japonés en Madrid.

- Campañas de promoción turística en colaboración directa con las agencias de viaje japonesas en Madrid y financiación conjunta, mediante el diseño de paquetes turísticos con los turoperadores definiendo conjuntamente con Promoción Madrid los lugares y actividades turísiticas de interés.
- Reuniones periódicas con el sector turístico japonés en Madrid para:
  - _ Revisar conjuntamente las herramientas de información turística de Madrid en Japonés.
  - _ Estudiar nuevos servicios turísticos necesarios.
  - _ Estudiar la estrategia para la promoción turística de Madrid en Japón.

- Promoción directa en Japón de la oferta turística madrileña
  - Estudio de las oportunidades de promoción directa de Madrid en Japón:
    - _Definición de las herramientas de promoción necesarias, tanto impresas como audiovisuales
    - _Promoción a través de los siguientes medios:
      - _ Agencias de viaje.
      - _ Medios de comunicación especializados en turismo y gastronomía.
      - _ Academias de español.
      - _ Academias de flamenco y guitarra española…
  - Promoción de la oferta turística de Madrid en complemento con:
    - _Ciudades Patrimonio de la Humanidad circundantes
    - _Centro de Comunicaciones Férreas de Alta Velocidad
  - Explotación de los documentales de producción propia “esmadridtv” para la promoción de Madrid en Japón.
  - Coordinación con el “representante” japonés del Plan Japón 2008-2011 para:
    - _Estudio de mercado de las oportunidades de promoción diecta de Madrid en Japón.
    - _Definición de las herramientas necesarias de promoción en Japón.
    - _Establecimiento de contactos con agencias de viaje en Japón para dar a conocer la oferta turística de Madrid.
    - _Establecimiento de contactos con medios de comunicación japoneses para facilitar información y procurar la elaboración de reportajes de Madrid en Japón en:
      - _Prensa, secciones de viaje.
      - _Revistas especializadas en viajes y turismo.
      - _Radio y televisión.
    - _Distribución de información turística de Madrid en japonés, tango impresa como audiovisual.
    - _Elaboración y distribución mensual de una “newsletter” electrónica especializada -en inglés-, con agenda de eventos y novedades de la oferta turística de Madrid. La newsletter inclurá información sobre: apertura de nuevos hoteles; nuevas líneas de comunicación ferroviarias de alta velocidad; sección eventos, exposiciones, conciertos...
    - _Coordinación con los organismos oficiales, instituciones, agencias de viaje de Japón en España y de España en Japón.
      - _ Organización de misiones inversas de profesionales del sector turístico japonés.
      - _ Asistencia a ferias de turismo en Japón. Organización y coordinación del stand de Madrid, en su caso.

- Aprovechamiento del Convenio con el Real Madrid para la promoción turística de Madrid en Japón

- Promoción de Madrid en Japón a través del idioma

  En el marco de las acciones de “turismo idiomático” del Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Madrid 2008-2011.

- Promoción de Madrid a través de la gastronomía

# IV · Actuaciones en el ámbito Económico

La estrategia para la promoción de Madrid como destino para las inversiones japonesas se circunscribe a las competencias y recursos municipales en esta materia y no se solapa con la de otras Administraciones Públicas.

Se trata de consolidar el trabajo realizado en el marco del Plan Japón 2005-2008 para fidelizar la inversión japonesa en Madrid y para atraer nuevas inversiones.

Para ello, se han previsto las siguientes medidas:

- Fomento de la colaboración tanto con las Administraciones Públicas como con las entidades privadas en España.
  Se fomentará la colaboración con el Estado, a través del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, Secretaría de Estado de Comercio, con el ICEX y con Invest in Spain (PDIM) y en la Región, con Promomadrid, con la Cámara de Comercio y con CEIM. Además, se promoverá implantar una colaboración en una vertiente más económica y empresarial con instituciones como Casa Asia o el Foro España Japón.

- Colaboración con la comunidad empresarial japonesa, sus asociaciones (Suiyokai, Sachokai) y las instituciones oficiales que las apoyan (Embajada de Japón y Japan External Trade Organization JETRO, en Madrid, y Gobierno Metropolitano de Tokio).

- Establecimiento de contactos con las empresas japonesas en Europa con el fin de conocer sus necesidades y preferencias.

- Coordinación entre Madrid Global, la Oficina de Estrategia y Acción Internacional del Ayuntamiento de Madrid y Madrid Emprende para fortalecer las actuaciones de la Agencia de Desarrollo Económico de Madrid.

- Refuerzo del programa de acogimiento del inversor japonés
  Se trata de un conjunto de servicios ya desarrollados por Madrid Emprende y su Oficina de Apoyo al Inversor (Madrid Investors Support), mediante:
  - Cesión de espacios y servicios de oficinas por tiempo determinado para la llegada a Madrid de los nuevos inversores japoneses.
  - Resolución de inquietudes y problemas que se vienen manifestando (visados) y difusión de las vías de solución habilitadas.
  - Prestación de servicios de asesoramiento a medida a través de la red de colaboradores de Madrid Investors Support.

- Refuerzo y actualización permanente de los contenidos en japonés de la página web de Madrid Investors Support, la versión virtual de la Oficina de Apoyo al Inversor:
  - Guía para expatriados.
  - Newsletter sobre la inversión extranjera en Madrid.
  - Documentos promocionales como "Madrid, el mejor clima de negocios en Europa".
  - Localizador de emplazamientos empresariales, etc.

- Incremento de la difusión de la Nota Japón - periodicidad trimestral - con las noticias económicas más relevantes de las relaciones entre Madrid y Japón.

- Establecimiento de un nuevo programa de visitas para ejecutivos procedentes de Japón o residentes en Europa, en particular los directivos de las sogo shoshas y los bancos, los empresarios japoneses en España y sus asociaciones, centradas en el conocimiento de la realidad económica y tecnológica de Madrid (grandes infraestructuras urbanas como la M-30 o la T-4 del Aeropuerto de Barajas, parques científicos y empresas líderes por su tecnología, Mercamadrid, Ifema Feria de madrid, etc.), con la colaboración y coordinación de la Embajada de Japón.

- Promoción de los intercambios y relaciones empresariales entre Madrid y Japón a través de los clusters y colectivos empresariales existentes en los sectores estratégicos y prioritarios.
  Por esta vía se promocionará la presencia en ferias y la difusión en Japón de la imagen Madrid como ciudad de negocios, poniendo especial énfasis en los siguientes aspectos:
  - Plaza financiera.
  - Biotecnología.
  - Energías renovables.
  - Servicios e infraestructuras urbanas.
  - Cultura digital.

- Establecimiento de contactos con nuevos actores como emprendedores japoneses, asociaciones de Pymes, antiguos alumnos de escuelas de negocios españolas, profesionales japoneses de habla hispana (Nichisei Club) y otros.

- Programa de apoyo al turismo de negocios
  Se fomentará la celebración de reuniones de promoción e incentivos de empresas japonesas en Madrid insistiendo en la posición geoestratégica de Madrid como mejor ubicación de cara a los mercados de Europa, Mediterráneo y América Latina.

- Exploración de posibles nuevas actuaciones de visibilidad, tales como :
  - Seminarios (en España y en Japón) sobre la dimensión económica del deporte (contando con el apoyo del Real Madrid).
  - Programa conjunto MercaMadrid - Tsukiji, aplicaciones de la trazabilidad de productos alimenticios.

EL VICEALCALDE DE MADRID EN EL "IX FORO ESPAÑA · JAPÓN"
CELEBRADO EN MADRID EN OCUBRE DE 2006.

# V · Actuaciones en el ámbito Cultural

- Definición conjunta con la Embajada Japonesa de los sectores estratégicos para la promoción de los intercambios artístico - culturales entre Madrid - Japón:
  - Arte y cultura tradicional
  - Movimientos contemporáneos, nueva cultura urbana

- Articulación de los programas y actividades definidos en la estrategia de promoción a través de:
  - Casa Asia en Madrid.
  - Matadero Madrid, Centro del Área de Gobierno de las Artes del Ayuntamiento de Madrid dedicado a la creación contemporánea multidisciplinar al servicio de los procesos creativos, las formación artística y el diálogo entre las artes.
  - Intermediae, programa del Área de Gobierno de las Artes del Ayuntamiento de Madrid, dedicado al fomento de la creación contemporánea que actúa como como catalizador entre los creadores y los ciudadanos, con el fin de buscar y presentar formas alternativas de creación, de expresión y de pensamiento.
  - MediaLab, programa del Área de Gobierno de las Artes del Ayuntamiento de Madrid, espacio expositivo y laboratorio abierto a la producción, investigación, formación y difusión del arte y la ciencia relacionados con las nuevas tecnologías de la informática y las telecomunicaciones.

- Apoyo institucional a iniciativas privadas como vehículo de desarrollo de las actuaciones de promoción de intercambios artístico-culturales entre Madrid y Japón a través del patrocinio de eventos, cesión de espacios públicos, ...
  - LINK TOKIO-Madrid, iniciativa impulsada por un grupo de jóvenes arquitectos de Tokyo y Madrid.
  - MAD-TOK, movimiento generado y liderado por jóvenes creadores que promueve la celebración de eventos culturales y artísticos entre ambas ciudades.

- Extensión de la experiencia Link Tokio-Madrid a otras áreas de las artes y la cultura, en los sectores estratégicos que se definan.

- Estudio para la celebración del Mes japonés del Diseño en Madrid en 2010, tras la experiencia del Mes Holandés del Diseño celebrado en Madrid en 2008 y del programado para 2009, Mes Finlandés del Diseño.

- Estudio para la celebración de la feria del Manga en Madrid, Expomanga

- Apoyo para celebrar la segunda edición de la Japan Week en Madrid, evento organizado con carácter anual por la televisión pública japonesa en diferentes ciudades europeas y que en 2008 tuvo lugar en Madrid

IKEBANA. NOCHE EN BLANCO,
INSTITUTO EUROPEO DI DESIGN.
MADRID 2008.

- Programación de actividades relacionadas con Japón en el marco de la Noche en Blanco.

- Programación de actividades relacionadas con Japón en el marco de los Veranos de la Villa.

- Participación en las actividades de promoción de Madrid que tengan relación con expresiones artísticas y culturales:
  - Como centro de aprendizaje y cultura relacionada con el flamenco y la guitarra española (hay más de 600 academias de Flamenco en Japón en los que aprenden 80.000 estudiantes).
  - Como referente urbano internacional de cultura tradicional y contemporánea.
  - Como centro de aprendizaje del idioma español.

DANZA BUTOH EN LA PLAZA DE LA VILLA.
NOCHE EN BLANCO, MADRID 2008.

ORIGAMI, ARTE JAPONÉS DEL PLEGADO DEL PAPEL.
NOCHE EN BLANCO, INSTITUTO EUROPEO DI DESIGN.
MADRID 2008.

# VI · Conclusiones

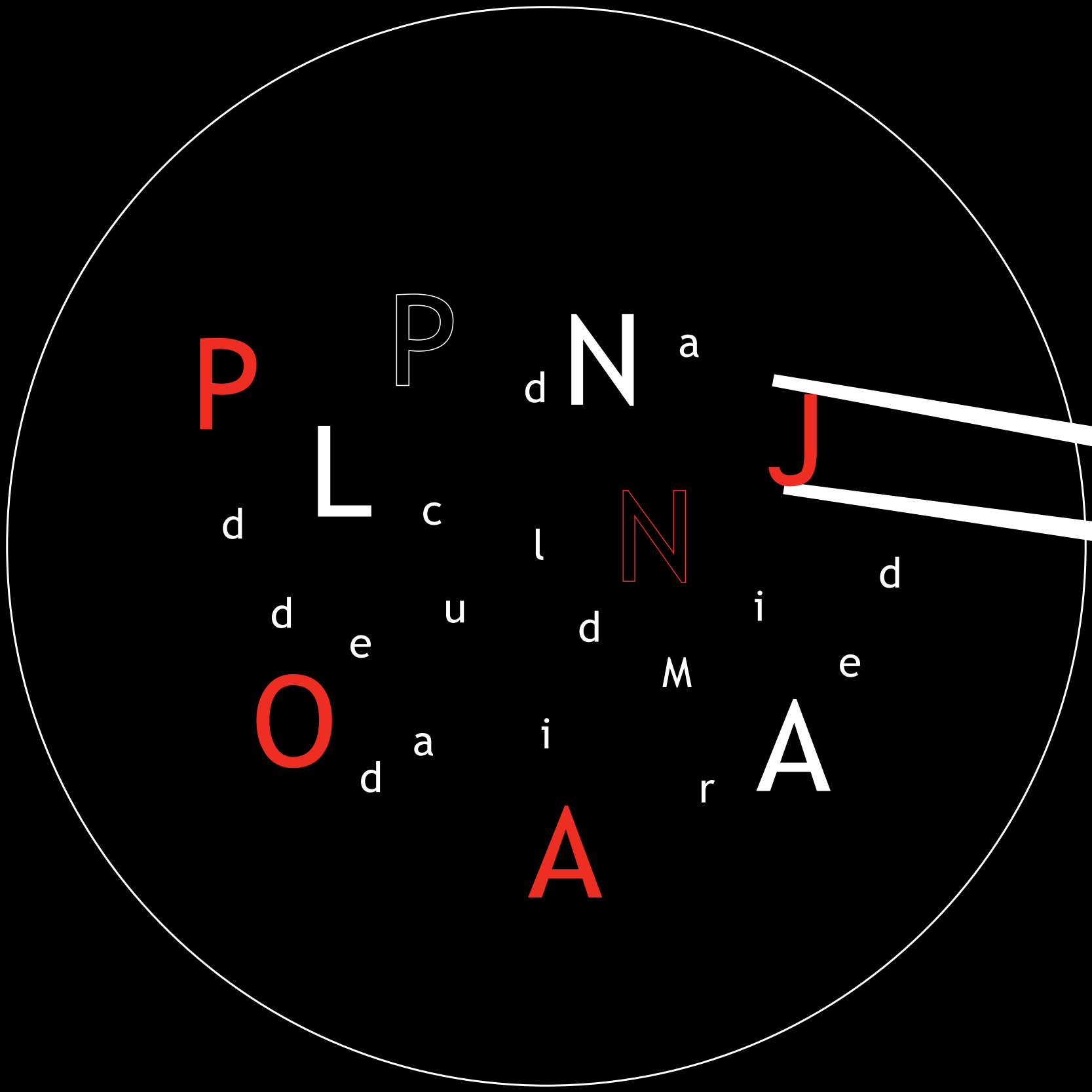
Con enorme ilusión, mediante la implementación y seguimiento de las medidas del Plan Japón, el Gobierno de Madrid está firmemente comprometido a continuar estrechando los vínculos entre Madrid y Japón, fortaleciendo los lazos de diálogo, amistad y entendimiento mutuo con Japón, país estratégico para España y Madrid.

El Plan permitirá seguir cosechando éxitos que redunden en beneficio tanto de los ciudadanos madrileños como de los turistas o de los ciudadanos japoneses que hayan decidido desarrollar un proyecto personal o laboral en Madrid.

Para ello es importante el esfuerzo público, pero también el apoyo e impulso de ciudadanos e instituciones.

Para recibir ordenadamente las posibles nuevas ideas e iniciativas que deseen aportar más fuerza a este Plan Japón y valorarlas para su puesta en marcha, todos los interesados podrán remitir sus sugerencias o informaciones a la Oficina de Estrategia y Acción Internacional, Madrid Global: madridglobal@munimadrid.es, desde donde, como órgano de coordinación del Plan, se canalizarán adecuadamente.

Para información adicional, se puede consultar la siguiente dirección: http://www.munimadrid.es/madridglobal


P
P
N
a
d
L
J
d
c
l
N
d
d
u
i
d
e
d
M
e
O
a
i
A
d
r
A

¡MADRID!