

“ANÁLISIS DE LA POLÍTICA EXTERIOR JAPONESA EN MATERIA ECONÓMICA
FRENTE A LAS DINÁMICAS COMERCIALES DE COREA DEL SUR Y JAPÓN.
PERIODO 2001 – 2011”.

KENJI HOKONOHARA MEDINA

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO

FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES

BOGOTA D.C., 2013

“Análisis de la Política Exterior Japonesa en materia económica frente a las dinámicas comerciales de Corea del Sur y Japón. Periodo 2001 – 2011”.

Estudio de Caso

Presentación como requisito para optar al título de Internacionalista en la Facultad de
Ciencia Política, Gobierno y Relaciones Internacionales

Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Presentado por:

Kenji Hokonohara Medina

Dirigido por:

Ricardo Baquero

Semestre II, 2014

AGRADECIMIENTOS

Siendo este trabajo, el comienzo de una etapa que termina y que refleja todas las enseñanzas y conocimientos que recibí durante estos años dentro y fuera de esta institución, hoy quiero agradecerle a cada una de las personas que me acompañaron en el proceso he hicieron parte de él esperando que les pueda retribuir en algún momento toda la ayuda brindada.

A Dios, Colombia, Japón, mi familia, profesores, amigos, compañeros y especialmente a mi director de monografía, mis más sinceros agradecimientos.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	1
1. HISTORIAS SIMILARES, RESULTADOS DISTINTOS	4
1.1. LA CARRERA PARA ESTABLECER UN SISTEMA INDUSTRIAL	5
1.1.1. Los pilares del modelo sur coreano	8
1.1.2. Los pilares del modelo japonés	9
2. PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE LOS SISTEMAS SUR COREANO Y JAPONES	13
2.1. LAS DIFERENCIAS EN EL PROCESO INDUSTRIAL	14
2.1.1. El papel de los Trabajadores	14
2.1.2. Las Plantas Piloto y sus trabajadores	15
2.1.3. Los Proveedores y la Producción Modular	15
2.2. EL EFECTO DE LAS DIFERENCIAS EN EL PRECIO Y LA CALIDAD	16
2.3. EL PRECIO Y LA CALIDAD EN EL MERCADO	18
2.3.1. Los cambios en las dinámicas del mercado de Corea del sur y Japón	19
3. LA POLÍTICA EXTERIOR COMERCIAL JAPONESA Y LAS DINÁMICAS COMERCIALES SUR COREANAS Y JAPONESAS	22
3.1. EL CONTEXTO QUE DEFINIO EL RUMBO DE JAPÓN	22
3.2. LA INCIDENCIA DE COREA DEL SUR Y SUS EMPRESAS	24
3.1.1. La Nueva Estrategia de Crecimiento de Japón y en Neo corporativismo	26

3.3. TRATADOS Y AREAS DE LIBRE COMERCIO; LA ESTRATEGIA A SEGUIR	30
3.3.1. La lógica detrás de la Estrategia	30
3.3.2. La implementación de la Estrategia	34
CONCLUSIÓN	41
BIBLIOGRAFIA	

INTRODUCCIÓN

Tras haber sido catalogada como una de las principales economías del mundo gracias a su capacidad de exportación y por la excelente reputación de sus productos, Japón y sus empresas habían logrado durante las décadas de 1970 y 1980 conquistar múltiples mercados en los cuales solo algunas empresas provenientes de unos cuantos países podían competir a la par.

Sin embargo, las nuevas dinámicas comerciales del final de la década de 1980 y la década de 1990, las cuales se hicieron más evidentes a principios de siglo XXI cuando distintos países adquirieron mayor competitividad, mostraron que la situación podía cambiar en cualquier momento, amenazando a Japón y sus empresas.

En este contexto, y dentro de los múltiples elementos que amenazan a Japón en términos comerciales, Corea del Sur ha surgido como uno de los principales candidatos para reemplazarlo como líder comercial, mostrando un gran poder exportador y quitándole valiosos mercados que las empresas japonesas y Japón necesitan para sobrevivir.

Es por esto que en este trabajo se busca analizar la Política Exterior Japonesa en materia económica frente a las dinámicas comerciales tanto de Corea del Sur como del mismo Japón en el Periodo 2001 – 2011, teniendo como objetivo concreto la identificación de la incidencia que tienen dichas dinámicas comerciales, en términos de competitividad por precio y calidad, sobre la Política Exterior Comercial Japonesa (PECJ).

Para el desarrollo de este documento se tienen como objetivos específicos, primero la identificación de las dinámicas de producción y comercialización de Corea del Sur y Japón en términos de precio y calidad; segundo el establecimiento de la relación entre las dinámicas comerciales de Corea del Sur y Japón con la Política Exterior Comercial Japonesa (PECJ); para finalmente definir cómo Japón piensa enfrentar las nuevas dinámicas comerciales, a través de las áreas de libre mercado en Asia-Pacífico.

En este sentido y partiendo de que el detonante de la situación de pérdida de mercados por parte de las empresas japonesas viene de la competencia en la comercialización de productos, los cuales a su vez se movilizan dentro de las dinámicas del mercado gracias a sus características de precio y calidad, en este estudio se tomarán precisamente estas dos variables (precio y calidad) para analizar cuáles son las estrategias adoptadas por la PECJ para responder a las nuevas dinámicas comerciales.

Se intentará comprobar la hipótesis que sugiere que en términos de la competitividad por precio y calidad, las nuevas dinámicas comerciales de los dos países en cuestión, han forzado a Japón a adoptar una Política Exterior Comercial enfocada a una inmersión más profunda en el mercado de Asia-Pacífico, por medio de un área de libre mercado propuesta dentro del Nuevo Plan de Crecimiento del Gobierno japonés. Lo anterior debido a las características de los Tratados Comerciales Multilaterales, que por medio de sus políticas arancelarias y de mercado, involucran y manejan los fenómenos comerciales tanto en términos de precio como de calidad, llegando a ser parte de las políticas que se derivan de la PECJ para frenar su desaceleración comercial.

Con el fin de exponer lo anteriormente abordado, el primer capítulo expondrá los principales hitos históricos que ayudaron a Corea del Sur y Japón a direccionar el desarrollo de sus modelos comerciales e industriales y la forma como se establecieron. El segundo capítulo se enfocará en entender las diferencias entre ambos sistemas de producción y el impacto que tienen en el precio y la calidad de los productos que elaboran, para así comprender de qué forma la diferencia en el precio y la calidad de los productos de los respectivos países afecta la captación del mercado. El tercer capítulo buscará identificar de qué forma las dinámicas comerciales de ambos países inciden en la PECJ, para finalizar abordando la respuesta planteada por la PECJ frente a las nuevas dinámicas comerciales, entendiendo que hay una fuerte incidencia de dichas dinámicas sobre la PECJ, la cual se referida en la Estrategia de Nuevo Crecimiento desarrollada por el Gobierno Japón.

Con este trabajo se puede comprender mejor el éxito o fracaso de las políticas económicas y comerciales de un Estado, en medio de la constante competencia que se lleva a cabo por el posicionamiento dentro del sistema internacional; y espera ofrecer algunas lecciones para el mejoramiento y refinamiento de las políticas económicas de un país.

Así mismo, en medio de un contexto internacional comercial en el que los países de Asia-Pacífico y Japón están cada vez más cerca de los otros países del mundo en términos comerciales debido al incremento en la capacidad productiva de los países y la necesidad de ampliar sus mercados para poder aprovechar estos buenos niveles de productividad, entender que la relación comercial se desarrolla de forma desigual entre los distintos países del mundo debido a la capacidad industrial, económica e industrial de cada uno, obliga a desarrollar unas estrategias más acordes a las dinámicas comerciales mas fuertes e influyentes.

Por ende, para los países distantes a Asia es trascendental comprender las estrategias y las acciones que se están implementando en los países asiáticos, siendo un continente que engloba mercados que están creciendo de forma acelerada y que cada vez por medio de acuerdos comerciales se están acercando al continente americano, considerándolo como estratégico dentro de sus planes y abriendo grandes oportunidades recíprocas debido a su tamaño y la complementariedad de mercados.

Con este estudio se busca hacer un acercamiento a la realidad y elementos que afectan a la PECJ y a los distintos mercados en el mundo; así como un entendimiento de las amenazas para el posicionamiento de Japón y la incidencia al comercio internacional por medio de las relaciones que se llevan con la “nación del sol naciente”.

1. HISTORIAS SIMILARES, RESULTADOS DISTINTOS

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, Japón tuvo un proceso exitoso de crecimiento económico, que impulsó al país hasta el punto de ser catalogado como una de las principales potencias económicas y por ende un líder en el mundo en términos comerciales. Sin embargo, en las últimas tres décadas se ha tenido que enfrentar a situaciones que le han dificultado mantener esa posición dominante dentro del sistema internacional, sobre todo en términos económicos. El estallido de la burbuja inmobiliaria y financiera a finales de la década de 1980, la denominada “década perdida” de Japón, las distintas crisis mundiales como la del 2008, el surgimiento de nuevas economías competitivas (los Tigres Asiáticos), entre otros hechos y circunstancias, han dificultado el mantenimiento de Japón como líder mundial.

De todos estos nuevos elementos, uno de los que más lo afectó fue el surgimiento de nuevas economías muy competitivas que participaban en los mismos sectores y subsectores económicos de liderazgo Japónes, como el automotriz y el tecnológico. Uno de los actores que más se destacó dentro de este grupo de economías competitivas fue Corea del Sur, por medio del desarrollo de un proyecto que buscaba superar su posición marginal a través de la sustitución de una industria ligera por una pesada y la colaboración entre las empresas privadas y el sector educativo.¹ De esta forma, Corea del Sur fue inundando los mercados en los que Japón tenía presencia.

Aunque en la actualidad estos dos países se encuentran en una situación similar de competencia, es admirable el logro de Corea del Sur, teniendo en cuenta que el nivel de desarrollo de estos dos países fue desigual durante muchos años, mucho mas teniendo en cuenta que entre 1910 y 1935 Corea fue territorio anexo de Japón y se vio sometida a las decisiones que la “nación del sol naciente” imponía.²

¹Comparar Lim, Su Jin. “El Milagro del Desarrollo Económico en Corea”. Instituto de investigaciones socioeconómicas. Vol 04/10, (2010). pp. 3-4. Documento electrónico.

²Comparar Duus, Peter. “The Abacus and the Sword: The Japanese Penetration of Korea 1895–1910”, (1995). p. 22. Documento electrónico.

Una vez terminada la invasión japonesa, Corea siguió enfrentando grandes retos, como la guerra que inició en 1950 y que llevó a la separación de la península entre la zona norte y la zona sur. Debido a que gran parte de la infraestructura industrial dejada por Japón se concentraba en el norte, la nueva Corea del Sur tuvo que esforzarse por salir adelante sin ese elemento fundamental. Mientras Corea del Sur enfrentaba estas dificultades, Japón iniciaba un ambicioso proceso de reestructuración que pretendía superar los estragos que había causado la Segunda Guerra Mundial.

Como se puede ver, ambos países tuvieron que ejecutar un plan de reestructuración que finalmente los llevo a un crecimiento industrial y económico, tan exitoso como para ser catalogados como “milagros economicos”. No obstante, cada país inició su respectivo proceso en momentos distintos. A pesar de los buenos resultados iniciales de Corea del Sur, para Japón este país no representaba una amenaza puesto que su Producto Interno Bruto (PIB) en 1950 se encontraba 4 veces por encima del de Corea del Sur.³ Realmente la brecha se empezó a cerrar en la década de 1960, cuando Corea del Sur impulsó reformas comerciales enfocadas en las exportaciones, para lo cual era necesario el desarrollo del sector industrial y la competitividad.⁴

Se debe entonces abordar más profundamente el tema del desarrollo industrial de ambos países, específicamente los sistemas de producción y comercialización que fueron adoptados, con el fin de entender el crecimiento que cada uno de estos tuvo y cómo el desarrollo Sur Coreano ha incidido notoriamente en la PECJ.

1.1. LA CARRERA PARA ESTABLECER UN SISTEMA INDUSTRIAL

En 1945, Corea del Sur dejó de ser colonia japonesa y cinco años después enfrentó una guerra que destruyó dos terceras partes de la infraestructura productiva del país.

³Comparar Madison, Angus. *GDP per capita in 1973 by country*, 2012. Consulta electrónica.

⁴Comparar Oatley, Thomas. “Trade and Development II: Economic Reform”. En: *International Political Economy*, (2010). pp. 138-140.

En ese momento existía un gran porcentaje de personas (aproximadamente 60%) dedicadas a la agricultura y había una carencia de recursos y empleos que daba como resultado que dicha nación fuera una de las más pobres del mundo.⁵ La relación que tenía con los demás países se basaba principalmente en recibir ayudas e importaciones de productos básicos para sobrevivir, ya que en ese momento carecía de los productos y la capacidad para exportar.⁶

Esta situación se mantuvo durante varios años y solo hasta el golpe militar de 1962 y la instauración de un nuevo gobierno, se ejecutaron las reformas que llevarían a esta nación a lograr cambios beneficiosos. Con el fin de lograr un mayor desarrollo basado en las exportaciones, Corea del Sur inicio un proceso de industrialización, exportando mano de obra y productos de manufacturación ligera, aprovechando la ventaja comparativa que poseía en términos de una alta motivación (existía un claro deseo de la población por cambiar la mala situación que se vivía), un nivel educativo muy bueno (luego de la Guerra de Corea, por la influencia norteamericana se mejoró el sistema educativo) y una fuerza laboral relativamente barata (gran oferta de trabajadores, lo que disminuía los salarios).⁷

Tras implementar estos cambios, en ocho años este país logró aumentar sus exportaciones en un 1500%, tener un PIB 4 veces mayor y una tasa anual de crecimiento promedio de 8.9%.⁸ Posteriormente en la década de 1970, se implementaron políticas pro exportación y se restringieron las importaciones. A su vez, cambiaron las exportaciones de productos de manufacturación ligera por productos de manufactura pesada, haciendo que las ganancias aumentaran sustancialmente.

Siguiendo con este ritmo, a mediados de la década de 1980 y con los ojos del mundo puestos en Corea del Sur por el “milagro” que estaba realizando, se empezó a

⁵Comparar Yun, Hwang Doo. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. *East Asia Review*, Vol 13. No. 3, (2001). p. 4. Documento electrónico.

⁶Comparar Yun. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. pp. 4-5. Documento electrónico.

⁷Comparar Yun. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. p. 4. Documento electrónico.

⁸Comparar Oatley. “Trade and Development II: Economic Reform”. *International Political Economy*. p.142.

dar un cambio de enfoque en su Política Exterior Comercial. Esta vez se dio una liberación de las importaciones para generar más competencia y a su vez aumentar el flujo de capital trasfronterizo.⁹

En la década de 1990, tras años de esfuerzo dirigidos a la expansión cuantitativa más que la cualitativa, y tras haber disminuido las medidas arancelarias a las importaciones, Corea del Sur por fin participaba en los mercados internacionales. Sin embargo sus productos eran de baja calidad afectando así su nivel de competitividad, por lo que se generó una desaceleración de las exportaciones y un crecimiento de las importaciones, llevando a un aumento del déficit comercial y de cuenta corriente.¹⁰ Estrategias de recuperación como el endeudamiento externo a corto plazo fueron fallidas, generándose una crisis financiera al interior del país en 1997, lo cual llevo a que las empresas sur coreanas acumularan una gran deuda corporativa, agravando la crisis.

Justo antes de que la República de Corea anunciara su moratoria, y tras haber recibido la intervención del Fondo Monetario Internacional (FMI) para evitar esta situación, el presidente Kim Dae Jung llegó al poder, trayendo consigo grandes cambios que atacaban los problemas estructurales de la economía, entre ellos la calidad de los productos. El país se enfocó entonces en una política económica abierta y el fortalecimiento de las empresas privadas para que estas pudieran abordar las deficiencias existentes y llegar a ser competitivas.¹¹

Uno de los principios fundamentales que estableció el Gobierno de Corea del Sur fue el de “la economía basada en el conocimiento”¹². Como lo explica el profesor Yun, en el contexto comercial conocer los gustos de cada individuo es cada vez más relevante y significativo al momento de diseñar, producir y vender un producto por parte de las empresas. Las características del producto como la calidad, el diseño, la funcionalidad, entre otros factores, se convierten en elementos

⁹Comparar Yun. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. p. 5. Documento electrónico.

¹⁰Comparar Yun. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. p.7. Documento electrónico.

¹¹Comparar Yun. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. p.6. Documento electrónico.

¹²Ver Yun. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. p. 6. Documento electrónico.

fundamentales para la competencia, además del precio del producto.¹³ Ahora bien, este tipo de producción, que logra obtener buena calidad y precios competitivos, ha sido posible gracias a lo que el profesor Hyung Je Jo, de la Universidad de Ulsan denominó como “pilares del modelo de producción sur coreano”.

1.1.1. Los pilares del modelo sur coreano. El primer pilar hace referencia a la reducción de la mano de obra directa, entendida como aquellos trabajadores que están fuera de la línea de administración y se limitan a manipular los componentes en el proceso de producción, lo cual va de la mano con los niveles de automatización tecnológica. De esta forma, todo el proceso es dirigido por ingenieros (mano de obra indirecta) los cuales cumplen el papel principal de administrar el proceso y controlar la calidad, mientras que los obreros (mano de obra directa) se limitan al apoyo de las operaciones de producción, ejerciendo un papel más que todo complementario para la automatización tecnológica de las instalaciones.¹⁴

El segundo pilar se basa en la “producción modular”, lo cual implica un alto nivel de sub-contratación de fabricantes de partes, y también el sub-ensamble de las partes intercambiables antes de ir a la línea de montaje final. Por lo general, tanto la subcontratación como el sub-ensamble son realizados por empresas del mismo conglomerado industrial y empresarial al que pertenece el contratante, que en Corea del sur tiene el nombre de *Chaebol*¹⁵.

De este tipo de producción se han obtenido grandes beneficios, puesto que se han alcanzado altos niveles de ahorro en los costos de producción de aquellas subpartes, además que la calidad y la productividad han aumentado gracias a la

¹³Comparar Yun. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. p.6-7. Documento electrónico.

¹⁴Comparar Hyung, Je Jo. “The Hyundai Way: The Evolution of Production Model”. *Global Asia*, East Asia Fundation, 2010. p. 2. Documento electrónico.

¹⁵ Chaebol: “Una estructura de conglomerado empresarial que se originó en Corea del Sur en la década de 1960, la creación de multinacionales globales con grandes operaciones internacionales. La palabra "chaebol" significa "empresa familiar" o "monopolio" en coreano. La estructura chaebol puede abarcar una sola empresa grande o varios grupos de empresas. Cada chaebol es propiedad, controlado o dirigido por la misma dinastía de la familia, por lo general la de fundador del grupo. Samsung, Hyundai y LG Group están entre las más grandes y más prominentes chaebol”.

Ver Almeida, Heitor y Park, Sang Yong. “The structure and formation of business groups: Evidence from Korean chaebols”. Universidad de Illinois, Julio 20 (2010). p. 7. Documento electrónico

especialización y dedicación que las empresas contratadas han podido brindarle. Todo esto ha logrado ahorrarle a la empresa matriz trabajo y tiempo, que se pueden redirigir al desarrollo de productos y la comercialización de los mismos.¹⁶

El tercer pilar es la “producción piloto”, la cual pretende mejorar el proceso de producción. En esta etapa los ingenieros trabajan en identificar las fallas del proceso de producción y las soluciones a estas, a través de un pequeño número de trabajadores preparados que producen modelos de prueba en plantas cercanas a los centros de investigación. De esta forma, en la producción piloto se resuelve el 90% de los problemas que pueden surgir en la producción masiva final.¹⁷

Este sistema de producción de las empresas sur coreanas tuvo apoyo del Estado a través de una mayor libertad e independencia económica y políticas laborales favorables, aun como de la academia gracias a las alianzas entre las empresas y los centros de educación,¹⁸ lo cual llevo a un nivel alto en la calidad de los productos y a fabricarlos a un costo bajo, haciéndolos competitivos. Otra de las ventajas del sistema de producción sur coreano, es la fácil transferibilidad del modelo de producción a territorios extranjeros, en donde han logrado implementar su método de producción con mayor facilidad y rapidez que los competidores japoneses, alcanzando resultados similares.¹⁹

1.1.2. Los pilares del modelo japonés. Japón empezó su proceso de industrialización durante la llamada era Meiji en 1868, cuando el país se abrió al mundo y a otros conocimientos sin perder su esencia cultural. Esto se denominó: “Wakon Yousai”, que significa “espíritu japonés y conocimiento occidental”²⁰. Se importaron distintos sistemas y modelos desde occidente como la educación francesa,

¹⁶Comparar Hyung.“The Hyundai Way: The Evolution of Production Model”. pp. 2-3. Documento electrónico.

¹⁷Comparar Hyung.“The Hyundai Way: The Evolution of Production Model”. p. 3. Documento electrónico.

¹⁸Comparar Yun. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. p. 5. Documento electrónico.

¹⁹Comparar Hyung.“The Hyundai Way: The Evolution of Production Model”. p. 4. Documento electrónico.

²⁰Ver López, Felipa. “Las claves del éxito de la competitividad del sistema empresarial japonés”. *Empresa y Humanismo*. No. 01/08, Vol 11, (2007). p. 159. Documento electrónico.

el sistema industrial británico y norte americano, y todos ellos se adaptaron a los requerimientos japoneses.

Como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, el aparato industrial japonés quedó destruido. Al país le fueron impuestas unas sanciones económicas como el pago de indemnizaciones y la prohibición de las agrupaciones empresariales tradicionales, acabando así con los *Zaibatsu*²¹, lo cual dejó a la nación sumergida en una situación muy grave en términos de recursos financieros, humanos y de materias primas.

Ante esta situación similar a la de Corea del Sur tras la guerra de Corea, en donde el aparato industrial se encontraba destruido y los recursos eran muy limitados, la nación del sol naciente y sus empresas se enfrentaron al reto de crear un sistema que les permitiera salir adelante maximizando por completo todos los recursos y habilidades que tenían.

La solución que encontraron consistió en crear grupos empresariales llamados Kigyou Shudan y Keiretsu, los cuales estaban conformados por empresas que tenían actividades que se complementaban. Dichos grupos se administran y operan mediante un sistema descentralizado que posibilita una mayor eficiencia en los procesos de producción y también un aumento en los niveles de especialización, lo cual mejora los componentes y el producto final,²² dándose así una descentralización en materia operativa más no en cuanto a los recursos humanos.²³

Como lo expone Felipa López en su estudio, el sistema de producción japonés les da gran importancia a sus empleados, evita importar mano de obra

²¹Zaibatsu: “Monopolio vertical de negocio en Japón, común a partir de la era Meiji hasta el final de la Segunda Guerra Mundial. EL zaibatsu generalmente pertenecían a una misma familia, y que integra todos los componentes de negocio necesarios para producir un bien o producto. Por ejemplo, un solo zaibatsu podría fabricar maquinaria industrial. poseería las minas de hierro que son la fuente de metal, las fundiciones donde el hierro se transforma en acero, las fábricas donde se produce la maquinaria, además es el dueño de un banco pudiendo organizar la financiación, y teniendo una compañía de transporte para la movilización de los productos acabados”.

Ver Shirokawa. “Nihon Keizai no kyousouryoku to seichouryoku no kyouka ni mukete. p. 7. Documento electrónico.

²²Comparar López. “Las claves del éxito de la competitividad del sistema empresarial japonés”. pp. 162-163. Documento electrónico.

²³Comparar López. “Las claves del éxito de la competitividad del sistema empresarial japonés”. p.163. Documento electrónico.

extranjera y se dedica a capacitar constantemente a sus trabajadores, mejorando sus condiciones de trabajo y ofreciendo un sistema de empleo vitalicio. De esto surge una relación más profunda que permite desarrollar una ventaja competitiva basada en una mayor creatividad y productividad, que se deriva del vínculo humano entre la empresa y sus empleados.²⁴

Este tipo de relación basada en la promoción de los recursos humanos también se ve entre las distintas empresas y sus proveedores, donde en vez de tener varios proveedores para poder negociar mejor un determinado producto, se tiene una relación profunda y de confianza con un solo proveedor, al cual se le facilitan los medios que necesite, esperando a cambio una alta calidad y puntualidad en la entrega de los productos.

El sistema de producción como tal ha sido guiado por el conocido “*Just in Time*” (justo a tiempo) y el “*Kanban*”²⁵, los cuales están muy relacionados entre sí y buscan principalmente reducir los desperdicios, encontrar las fallas y ser eficientes por medio de la planificación y comunicación constante entre las distintas etapas y secciones de producción, logrando mayor calidad en menor tiempo y precio.²⁶ De esta forma, la producción de Japón se sustenta en que los productos sin calidad, incluso a bajo precio, no tienen ningún éxito comercial.

²⁴Comparar López. “Las claves del éxito de la competitividad del sistema empresarial japonés”. pp. 164-165. Documento electrónico.

²⁵Just in Time: “conjunto de técnicas de organización productiva asociado a un conjunto de técnicas de organización de compra de materiales. Es un sistema de entrega de piezas y materiales necesarios en la producción fabril en cierto momento, en la cantidad requerida y en el lugar correcto. Para otros se trata, sobre todo, de una actitud o de una filosofía. Surgió en el Japón de principios de la década de los 50, y fue desarrollado por Toyota Motor Company, que buscaba un sistema de gestión que pudiese coordinar la producción específica de diferentes modelos de vehículos con el mínimo retraso”

Kanban: “constituyen en la práctica simples medios de información que posibilitan la integración descentralizada de todas las operaciones de la empresa. Las piezas necesarias para el proceso fabril sólo son producidas o requeridas después de la recepción del Kanban adecuado, evitando así la acumulación de inventarios excesivos o la deficiente utilización de los recursos. El objetivo último es fabricar la pieza correcta en las cantidades necesarias únicamente en un determinado momento, Ver López. “Las claves del éxito de la competitividad del sistema empresarial japonés”. pp. 164-165. Documento electrónico.

²⁶ Comparar López. “Las claves del éxito de la competitividad del sistema empresarial japonés”. p. 166. Documento electrónico.

Tras este breve recuento histórico se puede observar que ambos países comparten circunstancias similares como la dificultad económica, industrial y social de las respectivas posguerras que los obligaron a surgir casi desde cero para establecer su industria. Ambos modelos se formaron teniendo unas bases distintas, las cuales fueron determinantes en definir el rumbo y éxito que luego cada sistema industrial tendría, por lo que el entendimiento de aquellas diferencias entre los dos sistemas toma absoluta relevancia en el desarrollo de este trabajo, siendo así el tema central del siguiente capítulo.

2. PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE LOS SISTEMAS – SUR COREANO Y JAPONES

Es claro que aunque existen algunos elementos similares en el contexto en el que se desarrollaron los rumbos políticos y económicos de Corea del Sur y de Japón, como las dificultades después de la Guerra de Corea de 1950 y la Segunda Guerra Mundial respectivamente, lo que ha definido los distintos resultados comerciales de ambas naciones han sido aquellas diferencias existentes entre los dos sistemas de producción que son determinantes en el nivel de competitividad de cada uno, así como en la obtención de resultados distintos en los mercados en que compiten.

Así mismo, la relación entre la industria y el gobierno ha sido un factor crucial en el desarrollo progresivo de las empresas, entendiéndose este vínculo como un elemento determinante para la supervivencia misma de las dos naciones dentro de la competencia generada en el comercio internacional dada así mismo por los hechos históricos y el desarrollo de modelos industriales similares con productos similares.

Por competitividad se entiende “La capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos que otras empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo”²⁷. Teniendo en cuenta la anterior definición, la capacidad para producir bienes con patrones de calidad específicos indica que existen distintos elementos importantes en la competitividad, como la tecnología que poseen, el diseño, la calidad de los materiales, el sistema de producción y el contexto, los cuales generan distintos tipos de calidad y de precios.

Entendiendo que el precio está en medio del proceso entre la producción y la comercialización, es importante comprender que la utilización eficiente de los recursos en el proceso industrial genera ciertos resultados que se traducen en el mayor o menor precio de los bienes, afectando el nivel de competitividad de un determinado bien de una nación en contraste con otros productos de características similares de

²⁷Ver Garay, Luis Jorge. El concepto de competitividad. Concepto Haguenaer. En: “Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996”. Banco de la Republica de Colombia, 1990. Documento electrónico.

otra nación. Todo esto lleva a reconocer que, entre todos los elementos que componen la competitividad, el precio y la calidad como reflejo del proceso y modelo industrial de una nación, juegan un papel crucial previo a la relación que se da entre el gobierno y la empresa privada.

Sin embargo, dentro del proceso de competición en el que el precio y la calidad juegan el papel que influencia a los compradores, existen diferentes hechos que determinan a estos dos elementos en medio del proceso industrial previo a la interacción entre los productos y los compradores en el mercado, siendo el papel de los trabajadores de las empresas, uno de los mas determinantes en el contexto de la competencia entre las empresas Sur coreanas y Japonesas.

2.1. LAS DIFERENCIAS EN EL PROCESO INDUSTRIAL

2.1.1. El papel de los trabajadores. Dentro de las diferencias más notables y significativas de ambos modelos se pueden resaltar el rol de los trabajadores. Para el sistema sur coreano, el papel de aquellos que cumplen labores de mano de obra directa no es tan importante como el que desempeñan los trabajadores indirectos, por lo que las empresas buscan tener menos trabajadores directos, ya que estos solo cumplen la función de garantes del funcionamiento de la maquinaria. Ellos no se encargan de la producción en tanto que tienen un bajo nivel de capacitación y son fácilmente sustituibles.

En contraste con esto, los trabajadores directos en las empresas japonesas son de gran importancia, por lo que reciben capacitaciones de forma constante y mejoras en su entorno laboral, además de garantías que les permiten hacer parte de la empresa de forma vitalicia (aunque actualmente el sistema vitalicio está siendo eliminado en muchas empresas), siendo responsables de la producción de manera directa.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el sistema Sur Coreano los trabajadores directos no generan un costo tan elevado como en el japonés, debido a que estos individuos son un soporte del muy automatizado sistema de producción para lo cual

no requieren mucho conocimiento y por ende, tampoco de capacitaciones que salen muy costosas. Así no generen nuevo conocimiento y desarrollo, puesto que los trabajadores indirectos se encargan de esto, el menor costo es un elemento más importante para las empresas de Corea del sur. Esto contrasta con el sistema japonés, en el cual los trabajadores directos generan nuevo conocimiento y desarrollo, y en razón de ello se considera que no debe escatimarse en el costo de los recursos humanos.

2.1.2. Las Plantas Piloto y sus trabajadores. Como se mencionó anteriormente, en el caso sur coreano además de una planta principal que produce el producto final, existen unas plantas anexas denominadas “plantas piloto”, en las que trabajan un pequeño número de empleados altamente capacitados que se encargan de identificar las distintas necesidades y requerimientos para el proceso de producción, así como las fallas en las líneas de producción y sus respectivas soluciones. Esta sería la segunda diferencia, puesto que el sistema japonés no cuenta con “plantas piloto” que verifican el funcionamiento del sistema de producción, justamente porque cuenta con trabajadores directos capacitados que tienen todas las cualidades para responder a cualquier necesidad que se presente.

2.1.3. Los proveedores y la Producción Modular. La tercera gran diferencia se centra en la relación de las empresas con los proveedores y el tipo de producción. El modelo sur coreano utiliza en gran medida la producción modular, que consiste en la contratación de empresas externas que, en plantas ajenas a la principal, se encargan de recibir los componentes de las partes del producto primario para ensamblarlas y construir las partes que luego envían a la planta principal, donde se ensamblan con otras partes del producto que fueron armadas en otras plantas (modulares). Las empresas japonesas por su parte buscan recibir los componentes y ensamblarlos todos en una misma planta y línea de producción, donde los mismos trabajadores están en la capacidad de realizar el ensamblaje de las piezas garantizando un control de alta calidad y procurando no depender de otras plantas que ensamblen las partes.

2.2. EL EFECTO DE LAS DIFERENCIAS EN EL PRECIO Y LA CALIDAD

El tipo de empleados que se vinculan a las empresas tiene efectos en términos financieros, puesto que como se explicó anteriormente, si se escoge contratar a personas preparadas, invertir en su desarrollo profesional y personal requiere de grandes cantidades de dinero. En el modelo japonés se seleccionan desde el momento de la contratación a individuos con niveles de estudios superiores que demandan salarios más altos que los Sur Coreanos.

Debido a la gran exigencia en cuanto a las capacidades de sus trabajadores y el entrenamiento que ellos requieren para cumplir con los estándares de calidad que consideran óptimos, les es más difícil a las empresas japonesas instalarse fuera de su territorio, mientras que a las empresas de Corea del Sur no. Un ejemplo claro es el caso de las plantas Japonesas y Sur Coreanas en Estados Unidos, como la de Toyota y Hyundai en Montgomery (Alabama). La planta coreana alcanzó el segundo lugar en productividad dentro de todas las plantas de Norte América en tan solo dos años desde su apertura, mientras que la planta japonesa se demoró aproximadamente ocho años en alcanzar los índices de producción deseados. Como lo indica Hyung, “a diferencia de los japoneses, la compañía coreana desarrolló un modelo innovador que depende de la flexibilidad de las instalaciones de producción automatizada, no de la flexibilidad funcional de los trabajadores”²⁸, y gracias a eso se ha logrado la transferibilidad eficaz del modelo de producción Sur coreano a otras áreas dentro y fuera de la nación, contribuyendo a la producción y competitividad.

Aunque en términos financieros el manejo que se le da al recurso humano en el sistema sur coreano es más ventajoso, en términos de la calidad del producto final la historia es diferente. Como se explicó anteriormente, el nivel profesional de los trabajadores directos en Japón, las constantes capacitaciones que reciben, el papel que juegan en la producción y las condiciones de seguridad que tienen en el sistema japonés, permiten no solo garantizar la calidad del producto (ya que son expertos que vigilan y ejecutan las distintas acciones para producir el bien), sino también el

²⁸Ver Hyung, “The Hyundai Way: The Evolution of Production Model”. p. 4. Documento electrónico.

desarrollo de nuevas y mejoradas técnicas para la producción. En otras palabras, el aporte que le puede hacer un empleado directo en términos de calidad y desarrollo a un producto dentro del sistema sur coreano es menor.

Por otra parte, el modelo japonés tiene una fuerte relación con un solo proveedor y no pone a competir a varios para buscar la disminución de los precios, puesto que considera que se debe pagar el precio justo a cambio de un buen producto y un excelente servicio.²⁹ Este proveedor que recibe un trato especial brinda a su vez un servicio en donde le suministra las provisiones necesarias en el momento indicado y entrega bienes de excelente calidad para corresponder a la confianza que la empresa principal ha depositado en él.

En el estudio realizado por Nikkei Business se exponen situaciones que se presentan en el mercado del sudeste asiático entre LG y Panasonic con respecto al precio y la calidad de productos electrodomésticos, donde los productos japoneses tienden a costar de dos a cinco veces más que los productos coreanos, aunque poseen características superiores en cuanto a calidad que se traducen en la mayor durabilidad y mejores características del producto, siendo una de ellas el ahorro de energía, factor bastante importante en el contexto de la inflación energética que se ha vivido en la región.³⁰

En conclusión, se observa que el sistema japonés incurre en mayores costos de producción, lo cual se traduce en el incremento del precio final. Sin embargo, eso mismo permite que la calidad sea superior. Por el contrario, en el modelo sur coreano aunque se sacrifica la calidad, al incurrir en menos gastos beneficia a los consumidores con productos más económicos.

²⁹Comparar Hyung. “The Hyundai Way: The Evolution of Production Model”. p. 5. Documento electrónico.

³⁰Comparar Yamazaki, Youhei. “Daihyou wo kaete syouken”. *Nikkei Business*. No. 1525, (2010). p.34.

2.3. EL PRECIO Y LA CALIDAD EN EL MERCADO

Esta situación en donde los productos sur coreanos tienen una buena calidad a un buen precio y los productos japoneses tienen una calidad inclusive superior pero con precios más altos, se ve reflejado en el estudio hecho por la agencia Strategic Vision, por medio de sus encuestas anuales sobre la calidad de automóviles de distintas marcas, donde tienen en cuenta elementos como la seguridad del producto (confiabilidad, durabilidad, respuesta, entre otros), libertad (control, poder, individualidad), estimación (aceptación, diseño, auto estima que genera, singularidad, precio sobre producto) y balance (armonía, capacidad, integridad).³¹

Según el estudio publicado del año 2009, cinco de 21 categorías eran lideradas por marcas Japonesas, mientras que las marcas sur coreanas que estaban dentro del ranking no lideraban ninguna de las categorías, y tan solo en el año 2011 lograron liderar una de ellas (crossover de tamaño medio). El estudio indica que dentro de los parámetros de calidad de Strategic Vision, es notorio que las marcas sur coreanas han mejorado su calidad, pese a que todavía deben recorrer un largo trecho para alcanzar los niveles de calidad de que gozan las marcas Japonesas.³²

Lo anterior no quiere decir que en la competencia que existe entre las empresas sur coreanas y las japonesas, estos últimos se encuentran ganando. Los elementos que determinan la elección que hace un consumidor al momento de comprar han cambiado a lo largo de la historia. Además, más personas pueden acceder a productos que antiguamente solo podían ser adquiridos por una minoría de la sociedad, como los carros, los electrodomésticos, y la tecnología, de los cuales tanto Corea del Sur como Japón son grandes productores.

Es entonces importante aclarar cuáles son los factores que impulsan a los consumidores a elegir un producto. Con relación a las preferencias del consumidor, el estudio que realiza la compañía Nilsen, denominado "Estrategias de Compra y Ahorro 2011", determina las variables que afectan la decisión de los consumidores a

³¹Comparar Strategic Vision. *Total quality Award*. Reserch, Automotiv 2007-2011. Consulta electrónica.

³²Comparar Strategic vision. *Total quality Award*. Consulta electrónica.

la hora de comprar, con base en una muestra de veinticinco mil usuarios de distintas partes del mundo.

Dicho estudio indica que los principales elementos que los consumidores tienen en cuenta al momento de escoger un producto son el precio y la calidad, y entre estos el 61% de los consumidores prefiere “calidad a buen precio” por encima de “bajo precio”, opacando la idea según la cual el precio y la calidad funcionan independientemente. Nilsen también logró determinar que los consumidores prefieren una calidad limitada a buen precio, por encima de la alta calidad a mayor precio, aunque hay que aclarar que esta tendencia varía dependiendo de cada país.³³

Igualmente es importante confirmar si las tendencias del consumidor expuestas en el párrafo anterior se reflejan efectivamente en los mercados en los que Japón y Corea del sur están involucrados. Para este análisis se expondrá el caso de dos de las empresas más representativas de cada país, las cuales a su vez compiten en los mismos mercados.

2.3.1. Los cambios en las dinámicas del mercado de Corea del sur y Japón. El primer caso de análisis para entender la situación comercial de ambas compañías es el de Samsung de Corea del Sur contra Sony de Japón, los cuales han sido estudiados por Bloomberg Financial Markets. Según la agencia investigadora, la situación de estas empresas que comparten nichos de mercado similares para muchos de los productos que producen, empezó a cambiar en el año 2001, cuando Samsung comenzó a adquirir prestigio y a lograr un gran crecimiento, mientras que Sony los iba perdiendo. Esto se ve reflejado en la variación del precio de las acciones de ambas compañías en el mercado de valores. En el año 2000, las acciones de ambas se encontraban en una posición muy similar, pero en el transcurso de cuatro años las acciones de Sony perdieron aproximadamente el 50% de su valor, mientras que el precio de las acciones de Samsung para el mismo periodo se había incrementado

³³Comparar Nilsen. *Estrategias de Compra y Ahorro 2011, Calidad a buen precio supera a los precios bajos ante un entorno económico complicado*, 2012. Consulta electrónica.

aproximadamente un 200%, lo cual se tradujo en una brecha aproximada en ese mercado de 250 puntos.³⁴

Lo mismo sucedió con la captación del mercado: en el año 2000 Sony superaba a Samsung por casi 50 billones de dólares, y para el año 2004 Samsung llevaba la delantera por casi 30 millones de dólares.³⁵ Es evidente que Samsung supero a Sony en un periodo muy corto de tiempo, quitándole gran parte del mercado y manteniendo tendencias de crecimiento que no permitieron que la empresa japonesa los superara nuevamente.

En segundo lugar, se encuentra el caso de Hyundai Automotive de Corea del Sur y Toyota de Japón, fuertes competidores en el sector automotriz a nivel mundial. En este caso en particular, la marca japonesa no se ha visto superada por la llegada de la marca sur coreana, ni se ha visto superado el índice de ventas de la empresa japonesa. No obstante, Hyundai ha logrado ingresar a los mercados de países emergentes, en donde la marca japonesa no había llegado o tenía una presencia muy débil, abriendo cada vez más plantas y experimentando un crecimiento en ventas, que desde el 2001 a crecido de 14,7 % a un 48,2% para el 2009.³⁶

En este sentido, el punto que debe analizarse no es si Hyundai ya superó a Toyota, sino el acelerado crecimiento que ha tenido la empresa Sur Coreana. Como lo explica el profesor Hyung, a pesar de la recesión del 2009 en Estados Unidos, Hyundai logró exportar más de un millón de unidades de carros, las cuales representaron el 56,7% de la producción total. Siendo el mercado norte americano el más competitivo del mundo, es evidente que Hyundai ha logrado mantener un gran índice de crecimiento, captando en ese mismo año el 7,1% del mercado norte americano, una cifra que se acerca cada vez más al 17.0% de Toyota.³⁷ La buena tendencia de ventas que ha tenido Hyundai se ha traducido en la apertura de nuevas

³⁴Comparar Sea Jin, Chang, "Role Reversal, Samsung vs Sony", 2008. Documento electrónico.

³⁵Comparar Sea Jin, "Role Reversal, Samsung vs Sony", 2008. Documento electrónico.

³⁶Comparar Hyung. "The Hyundai Way: The Evolution of Production Model". p. 4. Documento electrónico.

³⁷Comparar Hyung. "The Hyundai Way: The Evolution of Production Model". p. 4. Documento electrónico.

plantas en Estados Unidos, China, India, Republica Checa, Turquía, Brasil y Rusia para cubrir la demanda con una producción aproximada de 2.500.000 vehículos por año (sin incluir las plantas en Corea del sur que producen aproximadamente 1.900.000 vehículos por año).³⁸

Por el contrario, Toyota ha enfrentado dificultades en la instalación de sus plantas, tardando cuatro veces más tiempo que las empresas sur coreanas en la consecución de las metas de productividad. Aunque actualmente Toyota conserva el mayor índice de ventas en el mundo por encima de todas las otras marcas (vendiendo aproximadamente 9.000.000 de unidades por año en el mundo),³⁹ se ha visto cada vez más amenazado por Hyundai, el cual posee un modelo de producción que logra una buena calidad con precios razonables, que lo han llevado a crecer a pasos agigantados.

En conclusión, es claro que los modelos de producción de los dos países tienen diferencias, las cuales determinan las características del producto, y a su vez estas condiciones influyen de forma directa en las ventas dependiendo de las preferencias de los consumidores. Todo dependerá de si se prefiere un producto de buena calidad a buen precio, o si por el contrario se prefiere un producto con una calidad superior inclusive a un precio mayor.

Las empresas sur coreanas han logrado posicionarse en mercados en los que las empresas japonesas han estado desde antes, adquiriendo parte importante de sus ventas y convirtiéndose en una amenaza para las empresas japonesas. Esto es un factor que agrava la situación económica del país, por lo que se convierte en un tema de inmensa relevancia para la nación del sol naciente y sus respectivas políticas.

³⁸Comparar Hyundai Automotive Company. *Manufacturing 2011*. Consulta electrónica.

³⁹Comparar BBC News. *Toyota reclaims world's top vehicle maker title*, 2013. Consulta electrónica.

3. LA POLÍTICA EXTERIOR COMERCIAL JAPONESA Y LAS DINÁMICAS COMERCIALES SUR COREANAS Y JAPONESAS

Teniendo claro el panorama en el que se desarrollaron las distintas dinámicas comerciales de Corea del Sur y de Japón, en este capítulo se analizará la relación e incidencia de dichas dinámicas en la PECJ. Con el fin de realizar este análisis, se procederá a exponer el contexto de la PECJ antes y después del surgimiento de las empresas sur coreanas, para así identificar las diferencias existentes entre los dos periodos y los factores determinantes que incidieron en el re-direccionamiento de la PECJ.

3.1. EL CONTEXTO QUE DEFINIO EL RUMBO DE JAPON

Aun antes de que Corea del Sur llegara a figurar en los mercados internacionales y se convirtiera en un buen competidor, distintos hechos obligaron a que Japón direccionara su Política Exterior Comercial con el propósito de mantenerse en la posición dominante que lo caracterizaba.

Tras la difícil situación en que había quedado por la Segunda Guerra Mundial, Japón entendió que una de las formas para poder salir adelante, crecer y cambiar su situación, era por medio de un sistema que estuviera basado en las exportaciones de productos manufacturados que pudieran generar ganancias más altas que los productos primarios que necesitaban importar para sobrevivir.⁴⁰

Con base en esta idea, Japón entendía que tenía que agregarle valor a los productos que producía con el fin de obtener mayor ganancia y hacer sostenible su sistema de comercio exterior. Sin embargo, el gobierno sabía que no debía dejar que las empresas realizaran esta transición solas, y que por el contrario debía guiarlos por

⁴⁰Comparar Kamchai, Raisami. “Nihon keizaitaika no riron”.Volumen 6, (2005). p. 24. Documento electrónico.

medio de políticas industriales que permitieran el trabajo conjunto con las políticas de comercio exterior, para así obtener resultados satisfactorios a nivel nacional.⁴¹

Esto se dio por medio de la estructuración de un aparato industrial altamente competitivo dentro del mercado internacional, capaz de producir bienes de excelente calidad y entregando incentivos económicos a las empresas que exportaran desde Japón, mediante exenciones de los impuestos, ayudas monetarias para la construcción de fábricas e inyección de grandes recursos para el desarrollo de la infraestructura de los puertos y las vías.⁴²

Con las regulaciones del Fondo Monetario Internacional y el GATT en la década de 1980, empezaron a desaparecer los incentivos fiscales junto con las políticas proteccionistas de la industria (como la eliminación de las barreras arancelarias), lo cual obligó a Japón a centrarse en las industrias más sobresalientes al interior del país, dejando de lado la estrategia exportadora para algunos sectores no competitivos, permitiéndole sobresalir solo con sus industrias poderosas.⁴³

En este contexto fue que el sistema industrial japonés se transformó para crear productos competitivos dentro de los mercados internacionales, respondiendo a altos estándares de calidad por medio de la capacitación superior de los trabajadores directos, y manteniéndose dentro de un rango de precios muy competitivos en esa época, que al ser exportados a otros países, podían seguir siendo atractivos ante las clásicas marcas extranjeras existentes.

A pesar de que esta situación de prosperidad para Japón perduró algunos años, la aparición de múltiples actores comerciales (como los Tigres Asiáticos) y las distintas crisis que surgieron desde principios de la década de 1990, formaron parte de las causas de lo que se denomina como la “Década Perdida de Japón,” causando una desaceleración económica que cambió el rumbo económico del país y sus empresas.

La reducción en el ritmo de la actividad económica fue igualmente causada por “el estallido de la burbuja financiera que se había venido generando a lo largo de

⁴¹Comparar Kamchai, “Nihon keizaitaika no riron”. p. 25. Documento electrónico.

⁴²Comparar Kamchai, “Nihon keizaitaika no riron”. p. 25. Documento Electrónico.

⁴³Comparar Kamchai, “Nihon keizaitaika no riron”. p. 26. Documento Electrónico.

la década de los ochenta como consecuencia de las debilidades estructurales del sistema financiero japonés y de la política de actuación de los bancos comerciales”⁴⁴, lo cual provoco graves desequilibrios macroeconómicos como “aumentos en el desempleo y un empeoramiento en las finanzas públicas así como, efectos perjudiciales sobre la situación financiera de los bancos comerciales y de las empresas no financieras”⁴⁵.

A esta década de deflación y estancamiento económico, quiebras y desempleo, entre otros problemas macroeconómicos, se sumaron a unas condiciones que empezaron a ser desfavorables para el sistema comercial japonés, el cual giraba en torno a las exportaciones de productos manufacturados. Paralelamente a los problemas económicos internos, en el exterior surgieron nuevas economías muy competitivas que se desempeñaban en sus mismos nichos de mercado, como fue el caso de Corea del Sur y el resto de los Tigres Asiáticos, quienes empezaron a amenazar la favorable posición que tenían Japón y sus empresas en los mercados internacionales.

3.2. LA INCIDENCIA DE COREA DEL SUR Y SUS EMPRESAS

Como se explicó en el capítulo anterior, tras la carrera que Corea del Sur empezó con el fin de impulsar su industria, el país logró construir un sistema de producción con altos estándares de calidad, compitiendo con unos precios bajos que para las empresas japonesas eran muy difíciles de sostener según el modelo de producción que tenían.

Por otra parte, al tener Corea del Sur un enfoque hacia la producción de bienes con un valor agregado (igual que Japón), en el proceso terminaron desarrollando muchas de las industrias que las empresas japonesas también tenían dentro de sus planes de acción, como la automotriz y la de alta tecnología. En estos términos, al

⁴⁴ Ver Boletín ICE Económico. “La Década Perdida de la Economía de Japón”. Subdirección General de Estudios del Sector Exterior. Vol 2698, (2001). p.4. Documento electrónico

⁴⁵ Ver Boletín ICE Económico. “La Década Perdida de la Economía de Japón”. p.4. Documento electrónico

llegar las empresas sur coreanas con sus nuevos productos que gozaban de unas características muy favorables, en contraste con las dificultades que los productos japoneses enfrentaban, las empresas nipponas pronto empezaron a perder una significativa parte de los mercados que dominaban, llegando a suceder hechos como los ya mencionados en el capítulo anterior donde empresas Sur Coreanas superaron a las Japonesas,⁴⁶ mientras las segundas no dejaron de perder terreno ante empresas Sur Coreanas.⁴⁷

En medio de mercados con más competencia, como lo son el automotriz en América (principalmente Estados Unidos) y Europa, y el de electrodomésticos en el sudeste asiático y los países en desarrollo, muchas de las empresas japonesas empezaron a perder capital y presencia: dentro de un estudio hecho entre las 500 empresas más grandes del mundo entre 1996 y 2006, los ingresos de las empresas japonesas bajaron en un 24% y el número de empresas de esta nacionalidad dentro de este grupo pasó de 126 a 67 empresas,⁴⁸ afectando muchas de las industrias que habían sostenido la política exportadora adoptada por Japón desde la década de 1950 y 1960.⁴⁹ Ante esta situación, en la cual las empresas japonesas ya no podían mantener del todo la competitividad que poseían y cada vez se hacía más notorio el efecto negativo en la población y el país, fue cuando por presión de las principales agrupaciones empresariales y la incidencia negativa que tenía esta mala situación comercial en los ciudadanos japoneses que el gobierno japonés empezó a cuestionarse y tratar de encontrar respuestas y soluciones que ayudaran a las empresas a retomar un camino prospero con el fin de mejorar su situación como país.

Es así como en 2009, ante las distintas batallas perdidas como la de Sony contra Samsung y el rápido crecimiento de Hyundai y Kia Motors que se llevaba una buena parte del mercado de las empresas automotrices japonesas alrededor del mundo, surgió como respuesta la “Estrategia de Nuevo Crecimiento”, direccionada

⁴⁶Comparar Sea Jin, “Role Reversal, Samsung vs Sony”. 2008. Documento electrónico.

⁴⁷ Comparar Hyung. “The Hyundai Way: The Evolution of Production Model”. P. 4.

⁴⁸ Comparar. Eugeni Sánchez, Joan. “Diez Años de Cambios en el Mundo, En la Geografía y en las Ciencias Sociales. 1999-2008”. Cuadro 3. Consulta Electrónica.

⁴⁹Comparar Shirokawa. “Nihon Keizai no kyousouryoku to seichouryoku no kyouanimukete. p. 6. Documento electrónico.

por lo que el Gobierno japonés denomina como “crecimiento guiado por las fortalezas japonesas”⁵⁰, para atacar aquellos focos problemáticos que estaban afectando la situación general de Japón.

Este plan abarca seis macro aspectos, de los cuales uno de ellos se relaciona principalmente con el comercio exterior y el mal que aqueja a las industrias japonesas, mientras que los otros aspectos tocan asuntos también relevantes para el futuro de Japón, como el ambiente y la energía, la salud, el turismo y la revitalización local, la ciencia y la tecnología y el empleo y los recursos humanos. Sin negar en ningún momento la importancia de estos otros temas, en este estudio solo se abordarán las medidas relacionadas con el comercio exterior debido al enfoque mismo de este trabajo.

3.2.1. La Nueva Estrategia de Crecimiento de Japón y el Neo corporativismo. Entender que uno de los principales problemas para Japón surgió del comercio exterior no fue un proceso muy complicado, ya que más allá del evidente caso en el que se comprendía que el sostenimiento de esta nación se basaba en un sistema de comercio exterior sustentado por las exportaciones, las relaciones que se dan entre las empresas y el gobierno se derivan del sistema Neo corporativista, el cual siendo *“una estructura política en un sistema capitalista avanzado que integra grupos socio-económicos organizados de productores a través de un sistema de representación y de recíproca interacción”*⁵¹, permitía tener espacios conjuntos entre los empresarios y los representantes del gobierno como la Federación Empresarial de Japón o Keidanren, la cual siendo una organización económica conformada por más de 1300 empresas representativas de Japón, 121 asociaciones industriales a nivel nacional y 47 organizaciones económicas regionales,⁵² tenía el poder necesario para

⁵⁰Ver Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. “On the New Growth Strategy: basic policy’s toward a radiant Japan”. Edición Diciembre de 2009. p. 10. Documento electrónico.

⁵¹ Ver Panitch, Leo. “The development of corporatism in liberal democracies”. En schmitter, p y lehmbuch, t. “trade unions and capital state” new left review 125. Londres. 1981.

⁵² Ver Keidanren. *Sobre el Keidanren*. 2013. <http://www.keidanren.or.jp/en/profile/pro001.html>

persuadir al gobierno japonés sobre esta fuerte problemática desarrollada por la pérdida de mercado frente a las empresas surcoreanas.⁵³

Frente a esta situación de presión por parte de los principales gremios empresariales, fue en gran parte que se desarrolló la estrategia de nuevo crecimiento, la cual se desarrolló en tres pasos, teniendo en cuenta el proceso con las empresas japonesas. El primer paso consistió en buscar y analizar las fallas existentes en el sistema comercial, productivo y político-comercial; el segundo se basó en la identificación y análisis de las fortalezas que se tienen en los mismos aspectos; y el tercero planteó las soluciones y estrategias viables.⁵⁴ Con respecto a la situación de presión dentro de los mercados emergentes, dejándose guiar por las principales empresas, los japoneses cuestionaron los motivos por los cuales sus industrias estaban perdiendo presencia internacional, reafirmando que la calidad seguía siendo una ventaja, mientras el precio de los productos en comparación con los surcoreanos era una obvia debilidad. Esto se puede observar en uno de los casos más representativos a nivel automotriz: la competición entre el Toyota Corolla y el Hyundai Elantra, los cuales siendo vehículos catalogados dentro de una misma gama, tuvieron resultados que favorecieron en términos de calidad al Corolla, mientras que en términos de precio al Elantra.⁵⁵

Al identificar el precio como una de las principales debilidades de los productos japoneses, se analizó el sistema de producción y se pudo ver que aunque se lograra un uso eficaz de recursos con el Just in Time y Kanban, el sostenimiento de un sistema con trabajadores directos altamente capacitados incrementaba el valor final. Se comprendió que la columna vertebral que garantizaba la calidad de los productos japoneses era a su vez la causa de los altos costos, que tantos problemas recientes le ha generado a las empresas japonesas.

Se pensaron las diferentes formas de reducir el precio de los productos basados en la creación de sistemas de producción alternativos considerando, un

⁵³ Yamazaki, Youhei. "Daihyou wo kaete syouken". *Nikkei Business*. No. 1525. 2010. P.32.

⁵⁴ Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. "On the New Growth Strategy: basic policy's toward a radiant Japan". pp. 3-6. Documento electrónico.

⁵⁵ Comparar Strategic Vision. *Total quality Award*. Reserch, Automotiv. Consulta electrónica.

cambio hacia una producción más tecnificada y con menos trabajadores directos altamente capacitados como en el caso del sistema de producción Surcoreano. Sin embargo, se concluyó que la modificación del sistema de producción implicaría un costo muy alto, debido a que si bien la causa principal de los precios altos se centraba en los trabajadores directos altamente capacitados, al ser reemplazados se desestabilizaría la organización laboral del país, puesto que para modificar el sistema de producción basado en este tipo de trabajadores directos capacitados se necesitaría invertir muchísimo dinero en la automatización de las fábricas, además de tiempo y esfuerzos políticos para lidiar con los trabajadores reemplazados por la automatización.

Todo esto sin mencionar la relación que existe entre los trabajadores y las empresas, que se asocia inclusive a una especie de relación familiar de lealtad y mutuo beneficio, en donde desde etapas previas a la laboral, en espacios como el hogar y el académico, se dan guías enfocadas a un desarrollo personal basado en este sistema de alta preparación, entrega y dependencia desde y hacia las Kigyous (Grupos Empresariales Japoneses), siendo uno de los pilares fundamentales de la sociedad nipona.

Entendiendo que modificar el sistema de producción en el momento que surge la iniciativa de la estrategia (año 2009), cuando el posicionamiento de Corea del Sur en los mercados ya era más que evidente, no era la solución adecuada, y comprendiendo que Japón se encontraba ante una situación en la que sus empresas perdían gran parte del mercado, afectando de igual forma a la industria japonesa y a la nación entera, puesto que estos ingresos que generaban las exportaciones eran lo que sostenía al país,⁵⁶ el Gobierno japonés empezó a buscar otras medidas que permitieran disminuir los precios con el fin de retomar parte del mercado perdido.

Analizando el segundo paso de la Nueva Estrategia de Crecimiento de Japón, se reafirmó que la calidad de sus productos era la principal cualidad, por lo que el énfasis debería ser en la reducción del precio de los productos sin sacrificar la calidad

⁵⁶Comparar Shirokawa, Masaaki. “Hacia el fortalecimiento de la competitividad y el crecimiento de la economía japonesa”. Banco de Japón, 2013. p. 7. Documento electrónico.

de los mismos,⁵⁷ algo sumamente difícil, ya que la principal causa de los altos costos era a su vez la causa de la alta calidad de los productos nipones.

Tras diferentes análisis se concluyó que por medio de la firma de tratados y la formación de áreas de libre comercio entre Japón y distintos países del mundo se lograría reducir los precios, permitiendo mantener las cualidades de los productos,⁵⁸ pues con estas medidas comerciales se eliminarían parcial o completamente los aranceles entre los países firmantes, reduciendo el costo final de los productos japoneses en aquellos mercados.

Es aquí donde empieza a ser clara la incidencia de las dinámicas comerciales de Corea del Sur en la Política Exterior Comercial Japonesa (PECJ), puesto que al enfrentarse a una situación de competencia reñida que nunca había experimentado y donde el mayor competidor con productos similares en términos generales eran las empresas surcoreanas,⁵⁹ el país y sus empresas vieron la necesidad de modificar sus dinámicas comerciales y las características negativas que le hacían perder presencia en el mercado.

De esta forma, en un mundo cada vez más conectado entre sí, las acciones que tomaron unos actores (las empresas Sur Coreanas) afectaron directamente a otros actores (las empresas Japonesas y posteriormente al Gobierno Japonés) que igualmente se vieron obligados a modificar su forma de actuar, entendiéndolo desde la perspectiva del sistema neo corporativista, en donde tras la pérdida de mercado por la llegada de las empresas surcoreanas, se genera un acercamiento de las principales empresas Japonesas hacia el gobierno para interceder por los intereses propios en el marco de la PECJ⁶⁰. Esto también se dio por la presión de las empresas japonesas por buscar soluciones gubernamentales al respectivo problema más allá de las medidas administrativas al interior de las entidades mismas.

⁵⁷Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. “Nueva Estrategia de Crecimiento; políticas básicas hacia un Japón Radiante”. pp. 10 y 21. Documento electrónico.

⁵⁸ Comparar Oatley. *International Political Economy*. pp. 38- 44.

⁵⁹ Comparar Yamazaki, Youhei. “Daihyou wo kaete syouken”. *Nikkei Business*. No. 1525, (2010). p.34.

⁶⁰Comparar Marino, Regini. “Neocorporativismo”. *Diccionario de Política Vol 2*. 1991. p. 1042.

Fue de esta forma, como por medio del sistema neo corporativista existente entre la industria japonesa y el gobierno japonés, las dinámicas comerciales de Corea del Sur que afectaban a las principales empresas japonesas llegaron a incidir determinantemente en la PECJ, forzándolos a idear cambios que les permitieron superar las nuevas situaciones que dificultaban el sostenimiento de las empresas y la industria de su país, frente al creciente éxito de las empresas competidoras.

3.3. TRATADOS Y AREAS DE LIBRE COMERCIO: LA ESTRATEGIA A SEGUIR

Teniendo en cuenta que la respuesta a las dinámicas comerciales de Corea del Sur por parte de la PECJ se centra en el aumento de las áreas y tratados de libre comercio entre Japón y otros países, es importante establecer cómo mediante las áreas y tratados de libre comercio en el mundo y especialmente en la región de Asia-Pacífico, Japón piensa desarrollar las nuevas dinámicas comerciales.

Primero se intentará comprender el funcionamiento de las áreas y tratados de libre comercio, para luego identificar las ventajas que esta estrategia puede traer en contraste con las necesidades y desafíos de los nuevos retos comerciales que Japón enfrenta, además de identificar y analizar los tratados previos y posteriores a la estrategia en cuestión y la relación existente con la presencia comercial Surcoreana.

3.3.1. La lógica detrás de la Estrategia. Tanto las áreas de libre comercio como los tratados de libre comercio hacen parte de lo que se denomina Acuerdos Comerciales Regionales, según los cuales dependiendo de la cantidad de países que lo suscriban, pueden ser catalogados como tratados de libre comercio bilaterales o multilaterales.⁶¹

En el caso de los tratados de libre comercio multilaterales, la tendencia es que se den entre “países, usualmente localizados en una misma región del mundo”⁶²,

⁶¹Comparar Oatley. *International Political Economy*. p. 38.

⁶²Ver Oatley. *International Political Economy*. p. 38.

que están relacionados por su cercanía geográfica, pero que requieren de este acuerdo internacional para profundizar los vínculos y fortalecerse para enfrentar otros mercados. En concreto, estas medidas comerciales buscan que cada país le ofrezca un acceso preferencial al mercado de los otros miembros, eliminando las tarifas comerciales y arancelarias y facilitando el comercio entre ellos, mientras que cada miembro mantiene una independencia tarifaria de los bienes respecto de los países no miembros.⁶³

Dentro de este contexto de libre comercio se puede decir que la tendencia dominante son los tratados bilaterales o entre pocos países, y que hasta hace relativamente poco tiempo han tomado fuerza las áreas de libre comercio como tal. Como lo expone Thomas Oatley, de acuerdo a la Organización Mundial del Comercio dentro de los aproximados 250 tratados comerciales que existían en el mundo, aproximadamente 86% eran de carácter bilateral, y aquellos que involucran a más de dos naciones estaban principalmente concentrados en Europa y la región del Mediterráneo, mientras que África Sub Sahariana y Asia-Pacífico poseían una participación en este tipo de áreas de libre mercado más limitada.⁶⁴ Esto se debe principalmente a la dificultad existente para coordinar a varios países, teniendo en cuenta las expectativas y planes que tienen como Estados soberanos. Adicionalmente, las recesiones que se han vivido en diferentes partes del mundo, han revivido en cierta medida la idea del proteccionismo, dificultando la vinculación comercial entre varios países.

Es importante hacer referencia a que en el año 2001, no existía ningún área de libre comercio en la región asiática,⁶⁵ y al cabo de pocos años, teniendo como motivación lo explicado en el capítulo 1 respecto al incremento en la competitividad presente en los mercados, la consolidación de dichas áreas se ha convertido en una de las estrategias comerciales más importantes de la PECJ.

Distintos motivos condujeron a Japón a adoptar la decisión de abrirse más al comercio por medio de la asociación con otros países para así, superar los obstáculos

⁶³Comparar Oatley, *International Political Economy*. p. 38.

⁶⁴Comparar Oatley, *International Political Economy*. p. 38.

⁶⁵Comparar Oatley, *International Political Economy*. p. 39.

que marcan las circunstancias actuales y recuperar la posición dominante que ha ocupado en la historia reciente.

En primer lugar como lo expone Oatley; “los Arreglos Comerciales Regionales emergen como soluciones convenientes a los urgentes problemas comerciales en un ambiente de rápidos cambios económicos”⁶⁶. Esto se debe en parte a la seguridad de tener un acceso garantizado a determinados mercados con gran importancia transaccional, y también debido a los beneficios que traen en términos de la eliminación o coordinación de las barreras no arancelarias, como las medidas fitosanitarias y de naturaleza del producto. Las regulaciones que existen en el comercio de los países miembros se alinean, lo cual permite compartir expectativas y disminuir la incertidumbre. Cuando los gobiernos se comprometen a sostener una fuerte responsabilidad respecto de las regulaciones de la otra parte del acuerdo internacional, surge un beneficio que hace que valga la pena asumir los riesgos que se asumen con la firma del tratado.⁶⁷

Una segunda ventaja de los arreglos comerciales regionales radica en que los países miembros pueden incrementar su poder de negociación en el marco del comercio internacional al actuar con el respaldo de sus socios y no solo con su capacidad individual, aunque existen países particulares que sin necesidad de tener asociaciones son en si mismo poderosos, como Estados Unidos y China.⁶⁸

En este sentido, tanto los países con poder comercial limitado, como los países que ven disminuida su capacidad de negociación por diferentes motivos, hallan en los tratados una herramienta que les permite aliarse para enfrentar a mercados más poderosos. Por esto es que muchas naciones han optado por esta estrategia, pues les permite actuar como bloque comercial y no de forma individual dentro de los muy competitivos mercados que pueden poner en riesgo a los países con debilidades comerciales.

En tercer lugar, uno de los beneficios más concretos y su vez significativos consiste en la eliminación arancelaria, puesto que les permite a las naciones que son

⁶⁶Ver Oatley. *International Political Economy*. p. 40.

⁶⁷Comparar Oatley. *International Political Economy*. p. 40.

⁶⁸Comparar Oatley. *International Political Economy*. p. 42.

miembros y a sus respectivas industrias y empresas desempeñarse en un ambiente completamente abierto en términos comerciales, por lo cual los acuerdos multilaterales conllevan una significativa ampliación del mercado y eso a su vez a la posibilidad de aumentar las ganancias.⁶⁹

De esta forma, las empresas y sus productos compiten sin tener ventajas por ser nacionales o extranjeros, sino por su calidad y su precio,⁷⁰ algo que dentro de la lógica liberal permite a su vez el mejoramiento progresivo de los productos debido a la competencia constante que se da en este ambiente sin sesgos y a la especialización en la producción de los bienes en los que tienen una ventaja comparativa.⁷¹

Adicionalmente, se puede mencionar que todos estos beneficios que se dan gracias a los arreglos comerciales poseen “una especie de fuerza gravitacional”⁷², que hace que aquellos países no miembros del arreglo sientan la necesidad de acercarse para ser parte de ellos.

Partiendo de la misma lógica de los tratados, los acuerdos comerciales benefician a los países comercialmente dominantes puesto que la firma de un acuerdo implica un crecimiento del mercado, en el cual sus productos se podrán comercializar y generar mayores ingresos. Sin embargo, la parte menos fortalecida comercialmente hablando corre el riesgo de entrar a competir contra productos fuertemente posicionados y de excelente calidad que les pueden quitar parte del mercado local.⁷³ De esta forma, se empiezan a evidenciar las desventajas de este tipo de acuerdos comerciales, los cuales al no ser acompañados por estrategias complementarias que permitan fortalecer el mercado y la industria interna, ni por las instituciones que de una u otra forma se vean involucradas con el mercado existente y con el emergente, la eliminación de los aranceles y la consecuente liberalización del mercado podría llegar a implicar un riesgo de gran magnitud para el firmante menos preparado. Es

⁶⁹Comparar Deloitte. “India ASEAN Free Trade Agreement Implications for India’s Economy”. 2011. p. 14. Documento electrónico.

⁷⁰Comparar Oatley. *International Political Economy*. pp. 38-39.

⁷¹Comparar Deloitte. “India ASEAN Free Trade Agreement Implications for India’s Economy”. p. 14. Documento electrónico.

⁷²Ver Oatley. *International Political Economy*. p. 43.

⁷³Comparar Deloitte. “India ASEAN Free Trade Agreement Implications for India’s Economy”. p.15. Documento electrónico.

claro que la llegada de productos extranjeros puede ser un riesgo para las industrias locales a las cuales ingresan productos extranjeros que compiten con la calidad y los precios de los nacionales.⁷⁴

3.3.2. La implementación de la Estrategia. Una vez aclarado el panorama de los acuerdos comerciales regionales, es importante entender los parámetros bajo los cuales Japón busca cumplir sus nuevos objetivos de crecimiento mediante la proliferación e implementación de tratados y áreas de libre comercio. Entendiendo que hay ventajas y desventajas en la implementación de estas medidas comerciales, se requiere analizar si estas juegan a favor o en contra de Japón, sobre todo dándole la importancia que se merece Corea del Sur en este aspecto.

Teniendo en cuenta que los Arreglos Comerciales pueden ser una solución conveniente a los problemas comerciales en un ambiente de cambios económicos, gracias al aseguramiento de mercados importantes en otros países y al establecimiento de normas claras entre los miembros (eliminando así incertidumbres sobre las regulaciones comerciales),⁷⁵ en el año 2001 Japón implementó los primeros planes que buscaban lograr de nuevo un crecimiento comercial encaminado a recuperar parte del mercado perdido luego de la denominada Década Perdida, empezando muchos de los estudios necesarios previos a las negociaciones de los tratados comerciales con otros países.

Sin embargo, en este año se pueden identificar una serie de factores que impidieron enrutar este crecimiento comercial deseado. Primero la falta de visión y de una elección estratégica encaminada a largo plazo, como la después desarrollada en el 2009 encaminada a la zona de Asia-Pacífico; Segundo, la inestabilidad política-económica y la insuficiencia en el liderazgo político que conllevo proceso muy lentos; y tercero las bases falaces sustentadas en la dependencia única en los trabajos públicos donde se le restaba importancia a los actores que realmente interactuaban en los diferentes mercados: las empresas privadas y sus trabajadores.⁷⁶

⁷⁴Comparar Oatley, *International Political Economy*. pp. 43- 44.

⁷⁵Comparar Oatley, *International Political Economy*. p. 40.

⁷⁶Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. “Nueva Estrategia de Crecimiento; políticas básicas hacia un Japón Radiante”. p. 3. Documento electrónico.

Las áreas de libre comercio en la región de Asia Pacífico, contempladas dentro de la Estrategia de Nuevo Crecimiento de Japón en el año 2009, buscan frenar el inconsistente y limitado crecimiento vivido desde el año 1990 con la Década Perdida, y posteriormente con la ya explicada estrategia mal implementada que se había desarrollado desde el año 2001,⁷⁷ por medio del aseguramiento de mercados considerados relevantes para Japón.

Para superar la compleja situación que se vivía desde la década de 1990, la deficiente estrategia desarrollada en el año 2001 y la crisis del año 2009, el gobierno de Japón optó por enfrentar las dificultades buscando garantizar la comercialización de productos japoneses en otros territorios para así disminuir la incertidumbre y poder enfrentar el ambiente de dificultades comerciales en el que se encontraban.

Por las ventajas que otorga el incremento en la capacidad de negociación en el ámbito internacional cuando se pertenece a los tratados regionales mencionados, a partir del año 2009, Japón se ha enfocado en la creación de un área de libre comercio localizada en Asia-Pacífico, suficientemente fuerte como para negociar con bloques económicos como la Unión Europea,⁷⁸ así como para posicionar sus productos y servicios al interior de los mercados de los países miembros.

En estos términos, es pertinente resaltar el cabildeo de las principales empresas japonesas, el cual se da en gran medida a través de la ya mencionado Keidanren, agrupación que ha sido fundamental dentro del proceso de toma de decisiones y direccionamiento de la PECJ hacia una estrategia encaminada a los tratados y áreas de libre comercio, debido a la fuerte promoción que le han hecho al Gobierno Japonés en instancias como las reuniones de esta agrupación,⁷⁹ entre líderes empresariales y representantes del Gobierno, en los cuales se han tenido en cuenta los movimientos de las principales empresas Sur coreanas, sus estrategias y sus resultados.⁸⁰

⁷⁷ Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. “Nueva Estrategia de Crecimiento; políticas básicas hacia un Japón Radiante”. p. 3. Documento electrónico.

⁷⁸ Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. “Nueva Estrategia de Crecimiento; políticas básicas hacia un Japón Radiante”. pp. 22-23. Documento electrónico.

⁷⁹ Comparar Keidanren. *Sobre el Keidanren*. 2013. <http://www.keidanren.or.jp/en/profile/pro001.html>

⁸⁰ Comparar Yamazaki, Youhei. “Daihyou wo kaete syouken”. *Nikkei Business*. No. 1525. 2010. P.32.

De acuerdo con lo anterior, los tratados comerciales se han visto como una solución por las ventajas que trae la eliminación de las barreras arancelarias, por lo cual la PECJ ha impulsado una estrategia de nuevo crecimiento, entendiendo que el precio de los productos japoneses es considerado como una debilidad, mientras que la calidad de los mismos como la gran fortaleza, lo que permite sostener a las empresas japonesas en la lucha por el mercado con las empresas sur coreanas que tienen productos de buena calidad y mejores precios.

Al eliminar los aranceles comerciales entre los miembros del acuerdo, se posibilita la disminución de los precios de los productos puesto que, al no incluir aquellas tarifas arancelarias de importación,⁸¹ el costo se reduce de tal forma que el precio se vuelve más atractivo para los consumidores. De igual forma, al volverse más asequible por la reducción del precio, la calidad recobra su rol como elemento que incide en la escogencia de los consumidores.⁸² En otras palabras, al encontrarse todos los miembros del acuerdo en similar “condición” respecto al precio, las empresas japonesas podían recuperar una ventaja competitiva debido a la alta calidad de los bienes ofrecidos.

Aunque dentro de los riesgos de abrir el mercado en un acuerdo comercial cabe la posibilidad de que un país débil pierda mercado nacional debido a la limitada capacidad para competir ante los productos de mayor calidad de los miembros de la alianza que ingresan al interior del país, en el caso de Japón la buena calidad y el posicionamiento de los productos nippones significan una ventaja más que una debilidad ya que es difícil que mercados similares al japonés produzcan con la misma calidad y de esta forma amenacen el mercado nacional.

El gran competidor de Japón es Corea del Sur y se cree que por medio de las políticas adoptadas los productos japoneses se podrán volver más competitivos permitiendo hacerle frente al obstáculo del precio. Y aunque ha realizado innumerables esfuerzos para no dejarse opacar por este nuevo competidor, no se puede decir con certeza que la decisión adoptada en materia de PECJ encaminada a

⁸¹Comparar Oatley, *International Political Economy*. pp. 38-41.

⁸²Comparar Oatley, *International Political Economy*. pp. 48-52.

los tratados y áreas de libre comercio va a funcionar, pues hay demasiados factores como los desastres naturales, las crisis financieras externas, las estrategias que sus principales competidores tengan, entre otros, que pueden llegar a afectar de forma negativa los resultados de la medida adoptada en el momento menos esperado.

Cabe resaltar que asociarse con mercados transnacionales no ha sido una estrategia exclusiva del Gobierno del Japón. Es más, Corea del Sur se encuentra desarrollando un plan muy similar al del Japón, por lo que se podría considerar que no es una medida cien por ciento efectiva para la crisis japonesa, debido a que significaría que los precios de los productos coreanos en los países donde Corea del Sur contraiga acuerdos y tratados comerciales serían nuevamente inferiores a los precios de los productos japoneses, así esta última haya contraído un acuerdo o tratado comercial con el mismo país.

Los sur coreanos se encuentran negociando varios acuerdos comerciales que pondrían en grandes aprietos a los japoneses. Esta gran velocidad con la que se está moviendo Corea del Sur ha hecho que uno de los objetivos del gobierno japonés sea la rapidez al momento de negociar y concluir nuevas alianzas (como es el caso de la celeridad que han tenido con Colombia),⁸³ sobre todo si se tiene en cuenta la similitud de los mercados Japonés y Sur Coreano.

Es evidente la importancia de agilizar las negociaciones, por un lado con países con fuertes índices de demanda por los productos tecnológicos y manufacturados, y por otra parte, con países que poseen mercados complementarios, es decir aquellos que pueden ofrecer materias primas y productos no manufacturados, y que a su vez requieren de productos altamente tecnológicos y manufacturados, además de transferencia intelectual, sin que se dé una situación de competencia comercial entre los dos países (en ambos casos países tercermundistas).

Sin embargo, más allá del objetivo de establecer tratados con distintos países, la gran meta se centra en establecer una zona comercial fuerte en la región de Asia-

⁸³ Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. *Japan – Colombia Economic Partnership Agreement*. <http://www.mofa.go.jp/region/latin/colombia/epa.html>

Pacífico, hasta llegar a la negociación y firma general con los países que le componen.

Japón tiene acuerdos comerciales concluidos con 8 países de Asia y con el ASEAN⁸⁴, así mismo tiene acuerdos concluidos con 3 de los 4 países de la Alianza del Pacífico (México, Chile y Perú), quedando solo Colombia por fuera (con el cual está en negociaciones). Además Japón posee acuerdos en negociación con países del área Asia-Pacífico y otros importantes dentro y fuera del continente como: China, República de Corea, Mongolia, Australia, Canadá, la Asociación Económica Regional Integral (RCEP)⁸⁵ y el Acuerdo de Asociación Transpacífica (TPP)⁸⁶, los cuales son fundamentales en el proceso de expansión a futuro que se tiene dentro de la Nueva Estrategia de Crecimiento para conformar un eventual bloque liderado por Japón entre países Asiáticos y Americanos.

Todo esto muestra que la Estrategia de Nuevo Crecimiento tiene como uno de sus principales enfoques la región de Asia-Pacífico, ya que como se puede observar, más de la mitad de los países con los que está en proceso de negociación o con quienes ya se tiene un acuerdo son de dicha región, evidenciando así el objetivo de establecer un área de libre comercio con los países de su continente, para en algún momento llegar a expandirse como bloque al continente americano.⁸⁷ Así mismo, el hecho de que las negociaciones con el Consejo de Cooperación para los Estados del Golfo Árabe (GCC)⁸⁸ este pospuesta, reafirma en gran medida la prioridad que tiene la región de Asia-Pacífico sobre otras.

⁸⁴ Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) por sus siglas en inglés, está conformado por Birmania, Brunei, Camboya, Filipinas, Tailandia, Indonesia, Laos, Malasia, Singapur, Vietnam. Comparar Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN). Consulta electrónica.

⁸⁵ Asociación Económica Regional Integral (RCEP) por sus siglas en inglés, está conformado por los 10 Estados miembros de la ASEAN y sus socios con Tratado de Libre Comercio (Australia, China, India, Japón, la República de Corea y Nueva Zelanda).

Comparar Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) Consulta electrónica.

⁸⁶ Acuerdo de Asociación Transpacífica (TPP) por sus siglas en inglés, está conformado por Australia, Brunei, Canadá, Chile, Estados Unidos, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur y Vietnam. Comparar Organización de Estados Americanos (OEA), Sistema de Información Sobre Comercio Exterior. Consulta electrónica.

⁸⁷ Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. *Free Trade Agreement and Economic Partnership Agreement*, 2013. Consulta electrónica.

⁸⁸ Consejo de Cooperación para los Estados del Golfo Árabe (GCC) por sus siglas en inglés, está conformado por Bahrein, Kuwait, Catar, Omán, Arabia Saudita, Emiratos Árabes.

Por otra parte, la suspensión de las negociaciones con Corea del Sur,⁸⁹ hace evidente la situación de rivalidad y amenaza entre ambos países y sus industrias y así mismo reafirma el hecho que en un ambiente de libre mercado entre estos dos países en cuestión, Japón termina teniendo una ventaja gracias a la disminución del precio y una mayor calidad de los productos, lo cual se traduce en mayores índices de compra y menores índices de venta para Corea del Sur (Déficit Comercial).

El año 2001 se destaca así como la fecha en la que empezaron la mayoría de los estudios previos a las negociaciones de los tratados, respondiendo en gran medida a la búsqueda de soluciones que se dieron posteriormente a la Década Perdida, manifestando los primeros indicios de la Estrategia de Nuevo Crecimiento, los cuales se generaron bajo la presión comercial y política de las principales empresas Japonesas sobre el Gobierno.⁹⁰

Así mismo, es importante resaltar la naturaleza de los acuerdos que desde principios del siglo XXI Japón empezó a suscribir, siendo estos tratados comerciales enmarcados en la categoría de Acuerdo de Asociación Económica o EPA (Economic Partnership Agreement, por sus siglas en ingles), el cual es más integral que un Tratado de Libre Comercio, incluyendo temáticas como el turismo, la estandarización de las regulaciones, propiedad intelectual, entre otros temas de corte comercial-cultural,⁹¹ estableciendo unas relaciones comerciales más profundas, pues incluye elementos que involucran aspectos sociales que pueden fortalecer las ventas de nuevas líneas de productos japoneses sobre otros productos como los surcoreanos.

En estos términos, es de suma importancia para Japón buscar aquellos mercados que representen una gran posibilidad para ampliar su mercado, sin que sean

Ver Consejo de Cooperación para los Estados del Golfo Árabe (GCC). Consulta electrónica.

⁸⁹ Debido a una falta de entendimiento y especialmente una clara posición en contra de Japón por parte de Corea del Sur por causa de la amenaza de déficit comercial a causa de la ampliación del mercado por medio del Acuerdo de Asociación Económica que realiza Japón (siendo una situación en la que las importaciones desde japon son mayores que las exportaciones desde Corea del sur, comprando más de lo que se vende). Comparar Kotera, Akira. *Integration of East Asia: Non-economic benefits deserve greater attention*, 2007. Consulta electronica.

⁹⁰ Comparar Keidanren. *Propuestas de politicas*. 2013.

<http://www.keidanren.or.jp/en/policy/index10.html>

⁹¹ Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. *Diference between EPA and FTA*.

<http://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/asean/year2003/summit/press1211-2.html#3>

una amenaza misma para la industria al interior del país y que al mismo tiempo sean complementarios, brindando aquello que Japón necesita (materia prima) y recibiendo aquello que Japón produce muy bien, como electrodomésticos, vehículos, y roductos tecnológicos manufacturados como es el caso de la gran mayoría de los países Sur Americanos y del Sudeste Asiático. Estos países le sirven de plataforma o puente comercial para llegar a mayores mercados de interés como el de Estados Unidos (con el cual aún no tiene tratado comercial), por medio de la inversión extranjera directa en el país socio de Japón y la utilización de los tratados de libre comercio existentes entre Estados Unidos y aquel país socio de Japón (como podría ser el caso de Japón, Colombia y Estados Unidos, en cuanto Colombia tenga un acuerdo comercial con cada uno de los países).

Aunque los acuerdos con Singapur, México, Malasia, Chile, Tailandia, Indonesia y Brunei empezaron a regir antes de la Nueva Estrategia de Crecimiento del año 2009, es solo a partir de la nueva estrategia de la PECJ que se empezaría a construir lo relacionado con las Áreas de Libre Mercado, como el caso de las anteriormente mencionadas ASEAN (año 2009), el RCEP (año 2013) y el TPP (año 2013).⁹² Y si bien las medidas adoptadas son muy recientes y es apresurado decir que los resultados han sido positivos, sí es claro que la PECJ está llevando con rumbo fijo y claro, mostrando un gobierno inclusive más sólido y estable que, luego de varios años en los que habrían cambios constantes de gabinete y sus funcionarios, ha logrado estabilizarse, logrando desarrollar negociaciones con países muy relevantes para su industria como Australia, China, Canadá, Estados Unidos, la Unión Europea y el TPP⁹³ enfrentándose a sus competidores confiando en su gran fortaleza: la calidad.

⁹²Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. *Free Trade Agreement and Economic Partnership Agreement*, 2013. Consulta electrónica.

⁹³Comparar Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. *Free Trade Agreement and Economic Partnership Agreement*, 2013. Consulta electrónica.

4. CONCLUSIONES

Por medio del presente estudio que pretendía identificar la incidencia que han tenido las dinámicas comerciales de Corea del Sur y de Japón en materia de competitividad por precio y calidad, sobre la Política Exterior Comercial Japonesa en el periodo del 2001 al 2011, se pudo confirmar la hipótesis que sugería que dicha incidencia ha forzado a Japón a adoptar una Política Exterior Comercial enfocada en una inmersión profunda en el mercado de Asia-Pacífico por medio áreas y tratados de libre comercio.

Se comprobó que a pesar de ser la calidad de los productos japoneses superior a la de los productos sur coreanos, los mejores precios de los productos sur coreanos han logrado desestabilizar parte de la economía japonesa a través de la pérdida de mercados donde los principales productos de ambos países compiten. No existe duda sobre la importancia que tiene el precio en el momento en que los consumidores se encuentran escogiendo un producto, por lo que Japón se ha visto obligado a enfrentarse a dicha situación mediante políticas gubernamentales.

Al inicio, el surgimiento del Corea del Sur como potencia comercial no parecía afectar al mercado japonés. Pese al acelerado crecimiento que estaba mostrando, existía una notoria diferencia en cuanto a una característica fundamental que hacía imposible llegar a comparar los productos de ambos países como lo era la superioridad en la calidad de los productos japoneses. Sin embargo, Corea del Sur supo enfrentar dicha situación y de manera exitosa logró incrementar la calidad para empezar a competir hombro a hombro con Japón. En ese momento, Japón comenzó a desestabilizarse y se puede decir que aún no ha logrado recuperar los mercados que hace un par de décadas dominaba.

Cuando Japón se vio amenazado por las dinámicas comerciales del mercado sur coreano a finales del siglo XX, los países y sus mercados se encontraban en una posición tan similar que no era fácil volver a tomar la delantera. Desde el año 2001 se diseñaron y ejecutaron distintas estrategias a través de la Política Exterior Comercial Japonesa para recuperar parte del mercado que se había perdido. Pero solo hasta el

2009, con la entrada en funcionamiento de la Estrategia de Nuevo Crecimiento, diseñada por el Gobierno de Japón tras un minucioso y concienzudo estudio sobre las características y el funcionamiento de la industria, del mercado y de las políticas comerciales sur coreanas, y motivadas por la presión de las principales empresas japonesas a través del Keidanren, se decidió re direccionar la PECJ hacia una eliminación de las barreras arancelarias y estrechar los vínculos comerciales con los principales mercados.

Esta PECJ se basa en la búsqueda de tratados y áreas de libre comercio, teniendo como objetivo principal a Asia-Pacífico, con el fin de recuperar y asegurar parte de los mercados perdidos mediante una reducción de costos que se posibilita gracias a la eliminación arancelaria, pero sin perder de vista la importancia que hay en mantener una excelente calidad.

Sea por la crisis del año 2008 que azotó a la primera economía del mundo y otras economías, o por el surgimiento de productores cada vez más competitivos, la dinámica comercial de Corea del Sur tuvo una incidencia directa e indiscutible sobre la PECJ. Aunque es claro que en medio del contexto que se estaba viviendo, existían otros factores como el surgimiento económico de China y otros países Asiáticos e inclusive desastres naturales que afectaban el entorno y la economía japonesa, se debe reconocer que cada paso que daba Corea del Sur afectaba la economía y las exportaciones de Japón, presionando a las empresas japonesas y con ello al mismo Gobierno, obligándolo a rediseñar su política.

Si bien la Estrategia de Nuevo Crecimiento enfocada a los Tratados y Áreas de Libre Comercio ha mostrado un desarrollo aparentemente consistente, es importante aclarar que no todo ha sido ni será favorable para Japón. Existen muchos retos y obstáculos como los problemas internos de inflación y alto precio del Yen, que son desfavorables para la industria exportadora japonesa, así como la creciente capacidad competitiva de nuevos actores que le quita mercado a las empresas japonesas, y sobre todo la permanente característica de tener productos con altos precios. Todos ellos son problemas y situaciones que Japón tiene que sortear para

poder seguir compitiendo frente a Corea del Sur, país que sigue luchando y buscando nuevos y mejores horizontes para ampliar su mercado.

Para superar estos retos, el Gobierno japonés debe seguir buscando una estabilidad política, una buena relación con las empresas privadas y continuidad de los proyectos como resultado de mandatos funcionales y perdurables como el que está desarrollando el Primer Ministro Abe y su gabinete desde hace casi dos años, con el fin de aprovechar los resultados que el trabajo conjunto entre empresas, industria e inclusive con sus ciudadanos genera, para que así la PECJ pueda contrarrestar los efectos no deseados del sistema de producción japonés, adaptándose a las circunstancias cambiantes del mundo globalizado.

Sobre la tardía respuesta de Japón ante el surgimiento sur coreano, que puede atribuirse a un sentimiento de superioridad cultural, a un simple descuido o a unas infortunadas medidas fallidas, la reflexión es de vital importancia. Japón debería aprender a evolucionar y reconocer que no puede continuar con su sistema sin adaptarlo frente a países que, aunque por ahora no amenazan sus mercados o están por debajo de la capacidad de ellos, eventualmente pueden tomarle la delantera.

Queda decir que de esta situación se puede aprender mucho con respecto a las consecuencias que tienen las acciones comerciales de los Estados frente a la industria y el mercado, dejando muchas enseñanzas con respecto a las medidas que se pueden replicar o utilizar teniendo en cuenta estos hechos históricos a favor de otros Estados. Los países que hasta ahora están desarrollando su industria o su modelo de producción, deben tener en cuenta las distintas dinámicas que los rodean para generar modelos que respondan plenamente a las necesidades del momento, sin ser copias exactas de otros modelos, pues en un mundo que cada vez es más interconectado, es importante aprender a adaptarse y evolucionar frente a las decisiones que otros actores toman y nos afectan.

Las últimas acciones de Japón, como la realización de los acuerdos comerciales con la ASEAN y su presencia en cumbres como la de la Alianza del Pacífico, se complementa con la realización de acuerdos comerciales con los cuatro miembros que conforman esta alianza (Chile, Colombia, México y Perú) para abrir

las fronteras y consolidar la relación con los países del Pacífico como parte de su Estrategia de Nuevo Crecimiento, la búsqueda de mercados complementarios y la voluntad por ser el líder comercial del área Asia-Pacífico (lo cual está establecido dentro de los planes de la PECJ).

Así mismo, se observa que realmente se están desarrollando estrategias encaminadas a cumplir lo establecido en la Estrategia de Nuevo Crecimiento, y que las acciones dadas a través de la PECJ han trascendido más allá de Asia, como paso en algún momento entre Corea del Sur y Japón, cuando las acciones desarrolladas por Corea del Sur y sus empresas le quitaron mercados a las empresas japonesas, lo cual posteriormente afectó el estado comercial del país llegando a tener una incidencia en la PECJ.

Siendo claro que las acciones desarrolladas por unos actores terminan determinando el accionar de otros, se abren nuevos temas de investigación, como por ejemplo, de qué forma países como Corea del Sur y China responderán a las medidas adoptadas por Japón y de qué forma esto afectará no solo el panorama general del comercio internacional, sino también el futuro de regiones como América Latina, que son vistas como mercados potenciales para muchos de los países de Asia.

BIBLIOGRAFÍA

Capítulos o Artículos en Libros

Berger, Thomas; Mochizuki, Mike y Tsuchiyama, Jitsuo. “Japan in International Politics”.
En: Mochizuki, Mike y Tsuchiyama, Jitsuo. *The Foreign Policies of an Adaptive State*. Nueva York: Editorial Boulder, 2006.

Marino, Regini. “Neocorporativismo”. En Marino, Regini. *Diccionario de Política Vol. 2*.
México: Editorial Siglo XXI. 1991.

Oatley, Thomas. “Trade and Development II: Economic Reform”. En: Oatley, Thomas.
International Political Economy. Carolina Del Norte: Editorial Pearson. Cuarta Edición, 2010.

Panitch, Leo. “The development of corporatism in liberal democracies”. En schmitter, p y
lehmbbruch, t. “trade unions and capital state” new left review 125. Londres. 1981.

Shimizu, Ryuei. “Management of People”. En: Shimizu, Ryuei *The Japanese Business Success Factors: how top management, product, money and people's creativity contribute to Japanese enterprise growth*. Tokyo: Editorial ChikuraShobo, 1989.

Syunsyo, Takagi. “Senngo no nihon keizai syakai”. En: Syunsyo Takagi. *Nihon no keizaikakusa*. Tokyo: Iwanamishinsyo, 1991.

Takamitsu, Sawa. “Korekara no keizaigaku”. En: Takamitsu, Sawa. *Korekara no keizaito keizaigaku*. Tokyo: Iwanamishinsyo, 1991.

Artículos en publicaciones periódicas académicas

Almeida, Heitor y Park, Sang Yong. “The structure and formation of business groups:
Evidence from Korean chaebols”. Universidad de Illinois, (Julio 20 2010). p. 7.

Duus, Peter. "The Abacus and the Sword: The Japanese Penetration of Korea, 1895–1910". Berkeley: University of California Press, 1995.

Gaimusyo Asia Taiyoukyoku. "Kankokukeizai to Nikkankeizaikankei". *JNTO* Heisei 24 (2012).1-10.

Garay, Luis Jorge. El concepto de competitividad. Concepto Haguenuer. En: "Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996". Banco de la Republica de Colombia, (1990).

Ghosh Shanton. Deloitte. "India ASEAN Free Trade Agreement Implications for India's Econom". India, (2011).

Kamchai, Raisami. "Nihon keizaiteika no riron". *Kokusaibu kagakubu ronsyu*. Volumen 6, (2005). 23- 37.

Lim, Su Jin. "El Milagro del Desarrollo Económico en Corea". *Instituto de investigaciones socioeconómicas*. No. 04/10, (2010). 1-22.

López, Felipa. "Las claves del éxito de la competitividad del sistema empresarial japonés". *Empresa y Humanismo*. No. 01/08, Vol 11, (2007). 157-186.

Artículos en publicaciones periódicas no académicas.

Boletín ICE Económico. "La Década Perdida de la Economía de Japón". Subdirección General de Estudios del Sector Exterior. Vol 2698, (2001). 1-10.

Hyung, Je Jo. "The Hyundai Way: The Evolution of Production Model". *Global Asia*, East Asia Fundation, (2010). 1-5.

Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. “On the New Growth Strategy: basic policy’s toward a radiant Japan”. Edition Diciembre, (2009). 1-57.

Sea Jin, Chang, “Role Reversal, Samsung vs Sony”. *Bloomberg Financial Market*, 2008

Shirokawa, Masaaki. “Nihon keizaino kyousourukoku to seicyouryoku no kyoukanimukete”. *NihonGinkouZai*. No. 02, (2013). 1-37.

Sueo, Sudo, “Japan-ASEAN Relations: New Dimensions in Japanese Foreign Policy”, *Asian Survey*, No. 05, Vol. 28, (1988).

Yun, Hwang Doo. “Korea’s International Trade Policy in the Global Age”. *East Asia Review*. No. 3, Vol13, (2001). 3-22.

Yamazaki, Youhei. “Daihyou wo kaete syouken”. *Nikkei Business*. No. 1525, (2010). 32-37.

Yamazaki, Youhei. “Nippon fukkatsu no Chikarani”. *Nikkei Business*. No. 1525, (2010). 22- 31.

Otros Documentos

Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN). “ASEAN MemberCountries”. Consulta realizada en agosto de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.asean.org/asean/asean-member-states>

Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN). “Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) Joint Statement”. Consulta realizada en agosto de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.asean.org/news/asean-statement-communicues/item/regional-comprehensive-economic-partnership>

BBC News. *Toyota reclaims world's top vehicle maker title*. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.bbc.co.uk/news/business-21226611>

Consejo de Cooperación para los Estados del Golfo Árabe (GCC). The Cooperation Council for the Arab States of the Gulf. "Secretariat General". Consulta realizada en agosto de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.gcc-sg.org/eng/indexc64c.htm> Traducción propia.

Eugeni Sánchez, Joan. "Diez Años de Cambios en el Mundo, En la Geografía y en las Ciencias Sociales. 1999-2008". Universidad de Barcelona 2008. Consulta realizada en febrero de 2014. Disponible en la página Web: <http://www.ub.edu/geocrit/-xcol/449.htm>

Hyundai Automotive Company. "Corporate, Networks, Manufacturing". Consulta realizada en junio de 2012. Disponible en la página Web: <http://worldwide.hyundai.com/WW/Corporate/Network/Manufacturing/index.html>

ISECI. "Balanza Comercial". Consulta realizada en febrero de 2014. Disponible en la página Web: <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/balanza-comercial.pdf>

Keidanren. "Sobre el Keidanren". Consulta realizada en Noviembre de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.keidanren.or.jp/en/profile/pro001.html>

Kotera, Akira. Instituto de Investigación de Economía, Comercio e Industria. "Integration of East Asia: Non-economic benefits deserve greater attention". Consulta realizada en Febrero de 2014. Disponible en la página Web: <http://www.rieti.go.jp/en/papers/contribution/kotera/02.html>

Madison, Angus. *GDP per capita in 1950 by country*. Consulta realizada en noviembre de 2012. Disponible en la página Web: http://www.NationMaster.com/graph/eco_gdp_per_cap_in_195-economy-gdp-per-capita-1950.

Madison, Angus. *GDP per capita in 1973 by country*. Consulta realizada en noviembre de 2012. Disponible en la página Web: http://www.NationMaster.com/graph/eco_gdp_per_cap_in_195-economy-gdp-per-capita-1950

Ministerio de Relaciones Exteriores de Japon. “Free Trade Agreement and Economic Partnership Agreement”, 2013. Consulta realizada en noviembre de 2012. Disponible en la página Web: [http://www.mofa.go.jp/policy/economy/fta/Traduccion propia](http://www.mofa.go.jp/policy/economy/fta/Traduccion%20propia).

Nilsen. *Estrategias de Compra y Ahorro 2011, Calidad a buen precio supera a los precios bajos ante un entorno económico complicado*. Consulta realizada en octubre de 2012. Disponible en la página Web: http://www.nielsen.com/mexico/es/news-insights/press-room/2011/Boletin_de_Medios-Compras_121011.print.html

Organización de Estados Americanos (OEA), “Acuerdo de Asociación Transpacífica. Miembros”. Consulta realizada en agosto de 2012. Disponible en la página Web: http://www.sice.oas.org/TPD/TPP/TPP_s.ASP

Rojas Herrera, Eva luz. *Política Exterior*. Consulta realizada en noviembre de 2012. Disponible en la página Web: http://www.politicas.unam.mx/sae/portalestudiantil/internacionales/p_exterior/pdf/politicaexterior.pdf

Strategic vision. *Total quality Award. Reserch, Automotiv. 2007- 2011*". Consulta realizada en octubre de 2012. Disponible en la página Web: http://www.strategicvision.com/auto_tqa_winners.php?year=2011

Unión Europea. "Funcionamiento de la Unión europea, Países". Consulta realizada en agosto de 2012. Disponible en la página Web: http://europa.eu/about-eu/countries/index_es.htm