

*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

## **ESTRATEGIA INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS JAPONESAS EN LOS PAÍSES DEL SUDESTE ASIÁTICO Y CHINA**

**YOICHI OIZUMI**

[oizumi@ir.nihon-u.ac.jp](mailto:oizumi@ir.nihon-u.ac.jp)

Nihon University, College of International Relations  
2-31-145 Bunkyocho, Mishima-shi, Shizuoka-ken. 411-8555 JAPÓN

**FÉLIX-FERNANDO MUÑOZ**

[felix.munoz@uam.es](mailto:felix.munoz@uam.es)

Departamento de Análisis Económico : Teoría Económica e Historia Económica  
Facultad de CC.EE. Universidad Autónoma de Madrid. 28049 ESPAÑA

**MARÍA ISABEL ENCINAR**

[maribel.encinar@uam.es](mailto:maribel.encinar@uam.es)

Departamento de Análisis Económico : Teoría Económica e Historia Económica  
Facultad de CC.EE. Universidad Autónoma de Madrid. 28049 ESPAÑA

### **RESUMEN**

El mercado asiático no es una mera fábrica de montaje con mano de obra barata: se trata de un mercado con un gran potencial de consumo, donde existen fábricas con tecnología sofisticada y es una fuente de mano de obra cualificada. En este trabajo, se examinan las tendencias de las empresas japonesas del sector manufacturero en su expansión por los países del sudeste asiático y China. La gran magnitud de estos mercados constituye un punto clave en sus estrategias internacionales.

### **PALABRAS CLAVE**

IDE japonesa, estrategia de inversión, China

## **INTERNATIONAL STRATEGY OF JAPANESE MANUFACTURE FIRMS IN SOUTH EAST COUNTRIES AND CHINA**

**YOICHI OIZUMI**

[oizumi@ir.nihon-u.ac.jp](mailto:oizumi@ir.nihon-u.ac.jp)

Nihon University, College of International Relations  
2-31-145 Bunkyocho, Mishima-shi, Shizuoka-ken. 411-8555 JAPÓN

**FÉLIX-FERNANDO MUÑOZ**

[felix.munoz@uam.es](mailto:felix.munoz@uam.es)

Departamento de Análisis Económico : Teoría Económica e Historia Económica  
Facultad de CC.EE. Universidad Autónoma de Madrid. 28049 ESPAÑA

**MARÍA ISABEL ENCINAR**

[maribel.encinar@uam.es](mailto:maribel.encinar@uam.es)

Departamento de Análisis Económico : Teoría Económica e Historia Económica  
Facultad de CC.EE. Universidad Autónoma de Madrid. 28049 ESPAÑA

### **ABSTRACT**

The Asian market is not merely a factory with low wages. It is also a consumer market with a huge potential for growth, in which there exists high technology and qualified workers. This paper explores the trends of Japanese manufacture firms in their expansion in South East countries and China. The big magnitude of these markets is a key point in their international strategies.

### **KEYWORDS**

Japanese ID, investment strategy, China

**JEL:** F02, F21, F23,

## **1. INTRODUCCIÓN**

A finales de los años setenta, las empresas japonesas desarrollaron de forma activa la expansión de sus operaciones en el extranjero. La desaparición del sistema de Bretton Woods y la crisis del petróleo fueron las principales razones que lo impulsaron. Las industrias de producción intensiva en mano de obra, como la industria textil y las de productos eléctricos y electrónicos, fueron destacados protagonistas. Éstas industrias fueron introducidas en primer lugar en los países cercanos (Corea del Sur y Taiwán) buscando mano de obra barata y abundante. Sin embargo, el aumento de los costes laborales desde finales de los años setenta a causa del desarrollo económico, trajo como consecuencia el desplazamiento de algunas actividades desde los países NIEs (Hong Kong, Corea del Sur, Taiwán y Singapur) hacia los países ASEAN.

A fines de años ochenta del siglo pasado, como consecuencia del Acuerdo del Plaza en 1985, sobrevino la apreciación del yen frente al dólar, que en Japón desencadenó la recesión económica. Al mismo tiempo, una excesiva exportación de productos japoneses estaba produciendo conflictos comerciales con los países occidentales, algunos de los cuales tomaron medidas para restringir la importación de productos japoneses.

Estas circunstancias obligaron a las empresas japonesas a desarrollar sus actividades en el extranjero de una forma más activa, especialmente en los países del sudeste asiático (NIEs y ASEAN) y en Estados Unidos. De esta manera, desaparecerían conflictos y se suprimiría el problema de las divisas gracias al vínculo monetario con el dólar existente en estos países. Adicionalmente, durante el periodo de la burbuja económica en Japón, se realizaron cuantiosas inversiones en instalaciones, equipos y bienes raíces tanto en el mercado doméstico como en el extranjero. Respecto a las inversiones en China, las empresas japonesas comenzaron a invertir seriamente desde principios de los años 90. Esta tendencia se ha visto fortalecida desde finales de esa misma década, principalmente a causa de la crisis asiática, que supuso el traslado la inversión de ASEAN a China.

Con el transcurso del tiempo, las características de los mercados asiáticos han variado profundamente. Se han producido importantes avances en la transferencia de tecnología y tanto la globalización como la acumulación de experiencia, han progresado rápidamente. Lo que antes eran plantas de montaje, ahora son bases de producción en las que se fabrican componentes de alta tecnología.

Como se ha dicho, en los años 80 muchas empresas japonesas se establecieron en los mercados asiáticos aprovechando la mano de obra barata y abundante. Estos mercados eran considerados como puntos de montaje de componentes importados desde Japón. Con el paso del tiempo, esos puntos se han convertido en bases de una cadena interregional de fabricación con altos niveles de tecnología, que además atraen inversiones por ser atractivos mercados de consumo. El fuerte crecimiento del mercado chino destaca en estos aspectos.

En este trabajo expondremos muy brevemente primero las últimas tendencias de las empresas japonesas del sector manufacturero en su expansión por los países del sudeste asiático, dada la gran magnitud de sus mercados, constituye un punto clave en sus estrategias internacionales. La sección 2 analiza la evolución de la Inversión Extranjera Directa (IED) llevada a cabo por

*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

empresas japonesas en estos países, así como los principales modos de penetración en estos mercados. En el sureste asiático, en la búsqueda de las ventajas comparativas de cada zona, destacan las estrategias de aprovechamiento de la división interregional del trabajo. En la sección 3 se examinará el caso especialmente importante de la IED japonesa en China, país cuyo mercado encabeza las perspectivas de expansión en el nivel mundial. Actualmente, China es el país asiático en el cual la actividad empresarial nipona es más intensa. Entendemos que la experiencia japonesa en esa región, y especialmente en China, puede ser de gran interés para otros países. Por último, el trabajo ofrece unas breves conclusiones.

## **2. BREVE PANORÁMICA DE LA IED JAPONESA EN LOS PAÍSES DEL SUDESTE ASIÁTICO**

### **2.1. El cambio del entorno y la globalización**

Existe una relación entre el volumen de Inversión Extranjera Directa (IED) por parte de empresas japonesas en los países asiáticos y la tasa de cambio yen-dólar. Sin embargo, esta relación es más débil desde finales de los años noventa. Durante la fase de apreciación del yen frente al dólar, las empresas japonesas reaccionaron trasladando las bases de producción, aumentando la tasa de abastecimiento local y mediante el control de riesgo cambiario.

Por otra parte, desde finales de los 90, el entorno que rodeaba a las empresas japonesas había empezado a cambiar, como resultado de la fuerte competencia entre empresas tanto nacionales como extranjeras. La globalización de las empresas japonesas era un paso obligado, principalmente por las siguientes razones: 1) la recesión económica y el límite de la demanda nacional; 2) las buenas perspectivas de expansión del mercado asiático; 3) la reducción de la duración de los ciclos de producción, y los cambios en las necesidades de los consumidores, como consecuencia de la globalización; 4) el cambio de las estructuras de fabricación integradas con nuevas tecnologías, tales como las tecnologías de la información (TI); 5) la amenaza por parte de empresas de países vecinos, como Corea, Taiwán y China. Después de 1985, se observa un aumento significativo de la IED, como consecuencia de la globalización y del aumento de la movilidad de personas, bienes y capitales. Asimismo, las exportaciones de los países del sureste asiático han registrado un aumento destacable desde ese mismo momento.

### **2.2. Características de la IED Japonesa en Asia**

En la Tabla 1 se presentan los datos de IED realizada por empresas japonesas. Destaca el hecho de que en los países occidentales es la industria no manufacturera la que absorbe la mayor parte de las inversiones, mientras en los países asiáticos priman las inversiones en la industria manufacturera.

<b>Casos de la IED Japonesa (1998-2003)</b>						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<b>China</b>						
Industria Manufacturera	326	323	308	335	387	442
Industria No Manufacturera	213	205	150	163	145	161
<b>ASEAN 4</b>						
Industria Manufacturera	142	158	117	105	90	100
Industria No Manufacturera	72	47	37	44	33	39
<b>América del Norte</b>						
Industria Manufacturera	161	160	134	100	116	89
Industria No Manufacturera	174	196	147	108	116	118
<b>UE</b>						
Industria Manufacturera	66	77	61	81	100	60
Industria No Manufacturera	323	441	657	780	1067	1320
						(1155 : Holanda)

Fuente: Ministerio de Finanzas de Japón

**Tabla1**

En la Figura 3 se destaca el número significativo de filiales japonesas en países asiáticos como ASEAN, China y NIEs. La inversión extranjera directa (IED) acumulada en ASEAN entre 1992 y 2002 alcanza los 48.268 millones de dólares, que es más del doble de la cantidad invertida en China (20.355 millones de dólares).

### 2.3. La división internacional de las actividades

Las empresas japonesas han seguido el criterio de situar los lugares de producción cerca de los lugares de consumo. En primer lugar, resulta importante fabricar acorde con las preferencias de los países donde se quiere vender, así como facilitar el servicio post-venta y la asistencia técnica en caso de avería, para lo cual resulta necesario fabricar cerca del mercado de destino. En segundo lugar, encontramos razones de índole financiera. Si las fabricas están lejos de los lugares de consumo, además de aumentar los gastos de transporte, se incrementan los costes de *cash-flow*. Es además necesario mejorar la rotación del inventario para ajustarse a la tendencia de reducción del ciclo de vida de los productos. Asimismo resulta importante situarse en el lugar de consumo para resistir la fluctuación de las divisas con mayor fortaleza. Finalmente, debido al desarrollo de los medios de comunicación, los lanzamientos de nuevos productos se conocen simultáneamente en diferentes mercados. Por tanto, para evitar perder oportunidades de venta, resulta necesario producir y comercializar en otros mercados simultáneamente al mercado japonés.

Hay otros casos en los que resulta conveniente optar por la producción intensiva en mano de obra. Esto sucede por ejemplo con los productos en fase de desarrollo —para reducir los costes de producción y mejorar el funcionamiento y la calidad, resulta conveniente fabricar intensivamente en el mismo lugar donde se realiza el desarrollo de los productos—; y con los productos destinados a terceros países, donde la demanda es pequeña y la comercialización poco rentable —es el caso de Panasonic, que tiene nueve fábricas de televisión pero éstas no están situadas en países donde la

*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

demanda es pequeña, como Myanmar y Laos. Este mercado se cubre con exportaciones desde Malasia—; o con los productos destinados a mercados distantes, pero con similares preferencias —se aplica este caso por ejemplo, a los equipos de sonido para automóviles. La fabricación de este producto no es demasiado sensible a la competitividad (relacionada con la fabricación electrónica) existente entre diferentes regiones, ni existen grandes diferencias en cuanto a las preferencias de diseño entre los mercados de diferentes países, y por lo tanto, suele optarse por la producción intensiva con el fin de aprovechar la reducción de costes.

Por otra parte, con el transcurso del tiempo, la estructura manufacturera de algunas industrias de Asia Oriental ha variado, fundamentalmente gracias al desarrollo de los proveedores locales de piezas, de las infraestructuras y de las redes de distribución interregional<sup>1</sup>.

Cuando comenzó la expansión en los años ochenta, respecto a la fabricación, las empresas japonesas sólo tenían en cuenta el mercado asiático para el ensamblaje de los productos finales, aprovechando la mano de obra barata y abundante. La gran mayoría de los productos intermedios y de las piezas se exportaban de Japón, en los países asiáticos se montaban las piezas y posteriormente los productos finales eran importados, de vuelta a Japón. Actualmente se ha avanzado en la estrategia de división interregional de los procesos de trabajo, especialmente en algunas industrias como las de maquinaria y de productos electrónicos.

Hoy en día, tras la transferencia de tecnología desde los países desarrollados —sobre todo de Japón— y en parte debido a la acumulación de experiencia, en los países de Asia Oriental se fabrica una mayor variedad de piezas y componentes, tanto electrónicos como del automóvil, en comparación con principios de los años ochenta. Asimismo, cabe una división de los procesos de fabricación en diferentes actividades, susceptibles de ser repartidas geográficamente en función de las ventajas que presente cada país fabricante. Como resultado, la interdependencia y complementariedad de estos países, contribuye a aumentar el volumen del comercio interregional, sobre todo relacionado con la industria electrónica, gracias a la baja tasa arancelaria según regiones.

La Tabla 2 muestra la evolución del comercio interregional. Durante 10 años (hasta 2002) el importe total de la exportación interregional casi se ha duplicado. Asimismo, destaca el significativo incremento del comercio relacionado con la industria de maquinaria, especialmente de productos electrónicos.

Evolución de la Exportación Interregional en Asia Oriental						
	Asia Oriental			Asia Oriental (Excepto Japon)		
	1992	1997	2002	1992	1997	2002
<b>Importe Total de Exportación</b>	331,2 (40,0)	551,4 (43,5)	642,0 (43,3)	166,1 (20,1)	306,0 (24,1)	374,0 (25,2)
<b>Acero</b>	17,5 (56,9)	25,4 (59,4)	23,5 (54,0)	6,1 (20,0)	11,2 (26,2)	9,1 (21,0)
<b>Productos quimicos</b>	15,1 (44,3)	26,7 (46,2)	33,0 (46,1)	7,3 (21,5)	14,5 (25,0)	18,1 (25,3)
<b>Maquinaria</b>	144,7 (32,6)	259,5 (37,8)	351,9 (41,3)	61,5 (13,9)	129,7 (18,9)	208,3 (24,5)
<b>Maquina General</b>	44,8 (34,8)	81,4 (37,7)	106,7 (41,0)	17,3 (13,5)	39,4 (18,3)	62,3 (24,0)
<b>Maquina Electrónica</b>	68,2 (40,7)	136,7 (47,4)	199,7 (52,5)	32,4 (19,4)	74,6 (25,9)	127,1 (33,4)
<b>Maquina de Transporte</b>	18,7 (16,9)	20,7 (16,4)	20,0 (13,1)	6,0 (5,4)	7,2 (5,7)	7,0 (4,6)
<b>Maquina de Precisión</b>	13,0 (35,5)	20,6 (37,1)	25,5 (43,9)	5,7 (15,6)	8,4 (15,1)	11,9 (20,5)
<b>Otros</b>	153,9 (48,1)	239,8 (49,8)	233,6 (45,3)	91,1 (28,5)	150,7 (31,3)	138,4 (26,8)

Fuente: UN (Comtrade)

Tabla 2

Últimamente, tras la expansión económica y comercial en China, muchas empresas trasladaron la producción de ASEAN a China. Sin embargo, muchas empresas distribuyeron las funciones de producción entre ambas zonas, con el fin de repartir los riesgos. En la Figura 1 se muestran las estrategias de las algunas empresas japonesas en el mercado asiático.

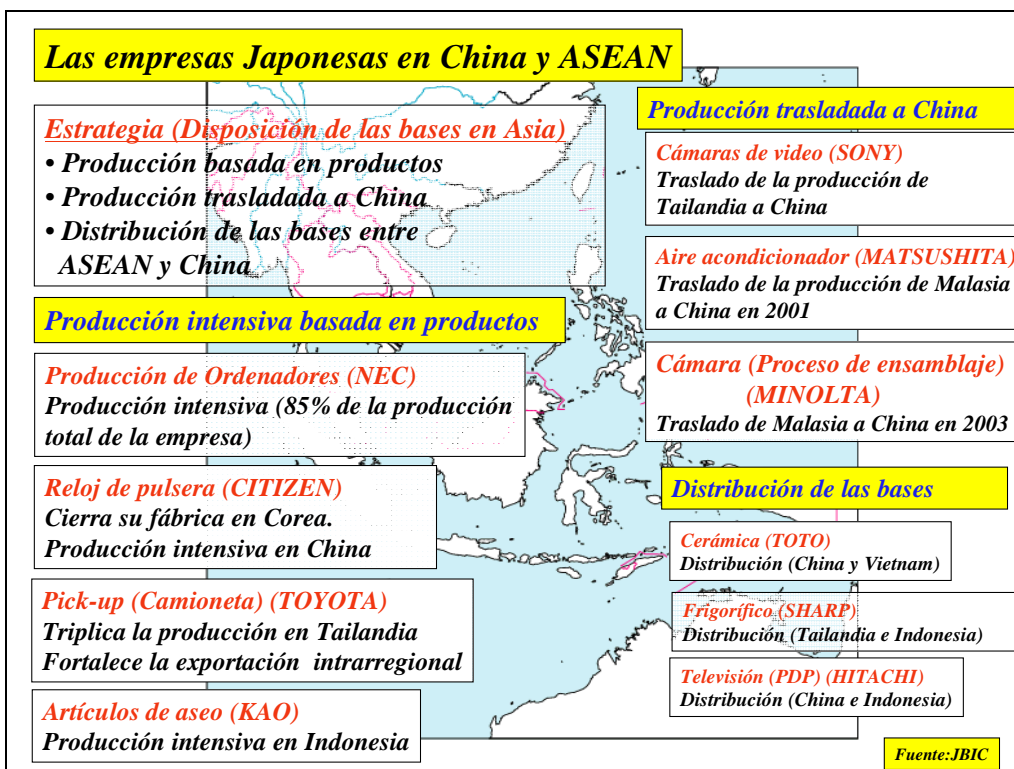


Figura 1

En general, la función como base de producción y desarrollo de productos nuevos y sofisticados permanece en Japón, mientras que los aspectos relacionados con los productos adecuados para la fabricación intensiva ha sido trasladada a los países en los que se puede aprovechar la mano de obra abundante y barata. Por ejemplo en el caso de un fabricante de productos electrónicos, el número de ingenieros destinados en los países de ASEAN y China apenas llega al centenar de personas, mientras que en Japón tiene miles. Por otro lado, debido al proteccionismo laboral, la tasa de producción en el extranjero es relativamente baja comparada con los países occidentales. Asimismo, las medidas de protección contra la fuga de tecnologías hacia China, hacen que haya empresas que mantienen algunas actividades en Japón, aprovechando métodos de reducción de costes y utilizando sistemas de producción automática mediante robots.

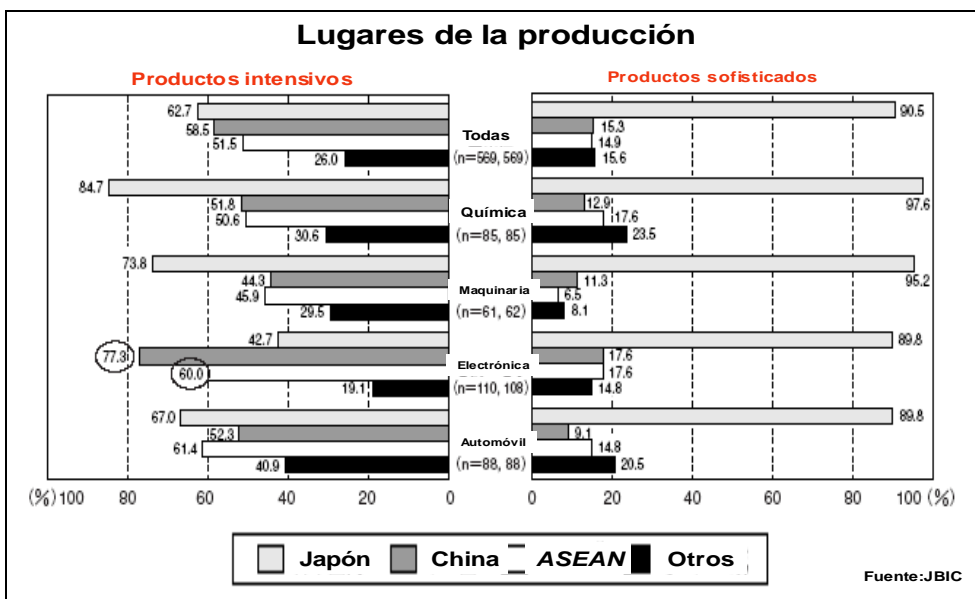


Figura 2

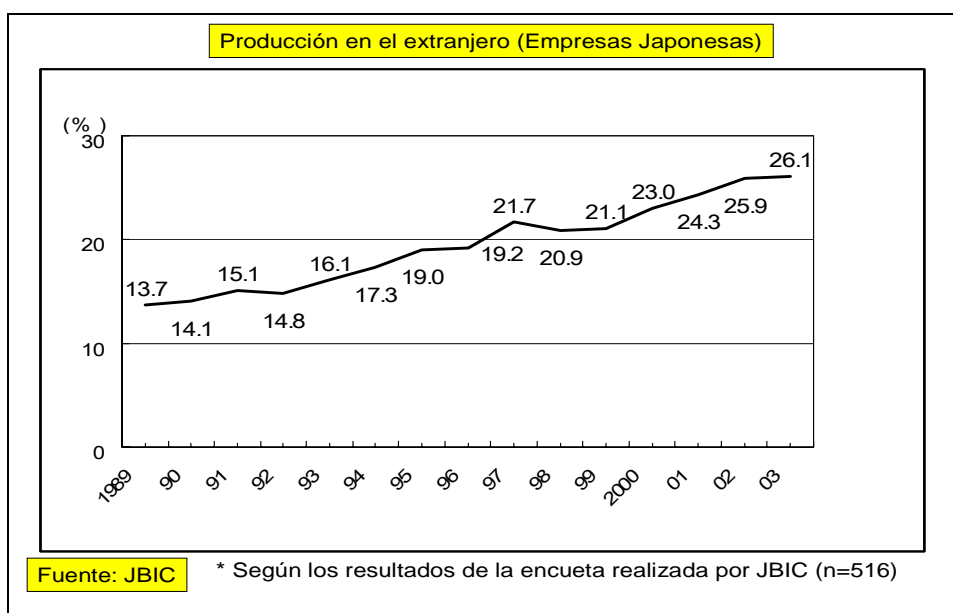


Figura 3



## 2.4. Perspectivas a medio plazo de las actividades llevadas a cabo por empresas multinacionales japonesas en el extranjero

Anteriormente hemos señalado la importancia de los mercados del sureste asiático. Los países del sureste asiático destacan como base de producción de las empresas japonesas en su estrategia internacional, las cuales han logrado mantener su competitividad internacional gracias al buen aprovechamiento de las ventajas comparativas de cada zona.

De acuerdo con una encuesta realizada por el Japan Bank of International Cooperation (JBIC) en 2004, los países en los que se espera un aumento de la actividad empresarial japonesa en un medio plazo (3 años), son los siguientes:

Expectativas a medio plazo de la expansión de la actividad empresarial para las empresas japonesas (2004)		
Número de empresas (total 497 empresas)*		(%)
1. China	453	91
2. Tailandia	151	30
3. India	117	24
4. Vietnam	110	22
5. Estados Unidos	100	20
6. Rusia	49	10
7. Indonesia	48	10
8. Corea del Sur	44	9
9. Taiwán	41	8
10. Malasia	28	6

\* Varias opciones por empresa

Fuente: JBIC

Tabla 3

Según esta encuesta, el país más atractivo para las empresas japonesas desde hace varios años es China. La importancia de los mercados asiáticos también queda de manifiesto en la cantidad de países asiáticos que encabezan la lista de expectativas de expansión empresarial japonesa.

Las empresas japonesas se interesan por China principalmente por las siguientes razones: (1) se espera un importante crecimiento del mercado nacional chino; (2) los costes de mano de obra son bajos; (3) existe una buena base de proveedores para los fabricantes ensambladores. En la siguiente sección se expone con más detalle las actividades de las empresas japonesas en China. Esto tiene especial interés por ser China el país donde se encuentran las principales expectativas japonesas de expansión.

## 3. LAS ACTIVIDADES DE LAS EMPRESAS JAPONESAS EN CHINA

### 3.1. La IED en China

Desde los años noventa, tras los avances de la política china en cuanto a la liberación del mercado nacional, muchas empresas multinacionales empezaron

Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I. Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

a ubicarse en el mercado chino, donde identificaron buenas expectativas de crecimiento. Además, sus más de 1.300 millones de habitantes proporcionan una mano de obra muy barata, junto a una creciente oferta de personal chino bien cualificado, tales como científicos e ingenieros. Tras su integración en la OMC, China ha llegado a ser el *primer* receptor de inversión extranjera directa en el mundo, superando incluso a los Estados Unidos.

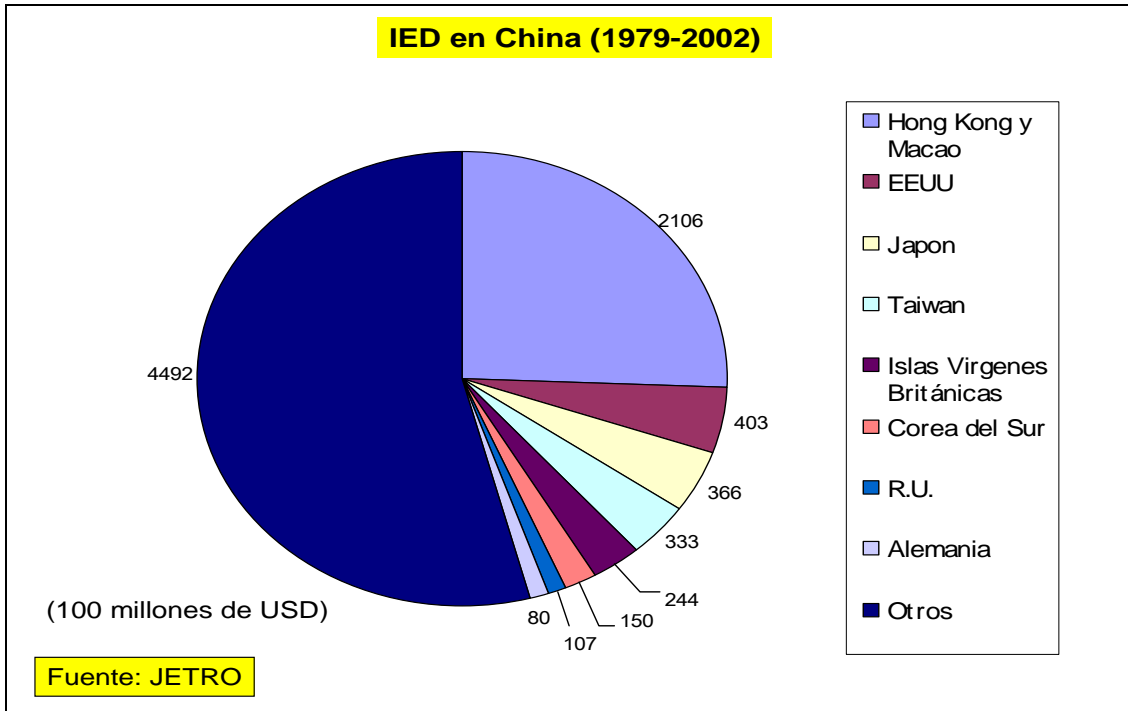


Figura 4

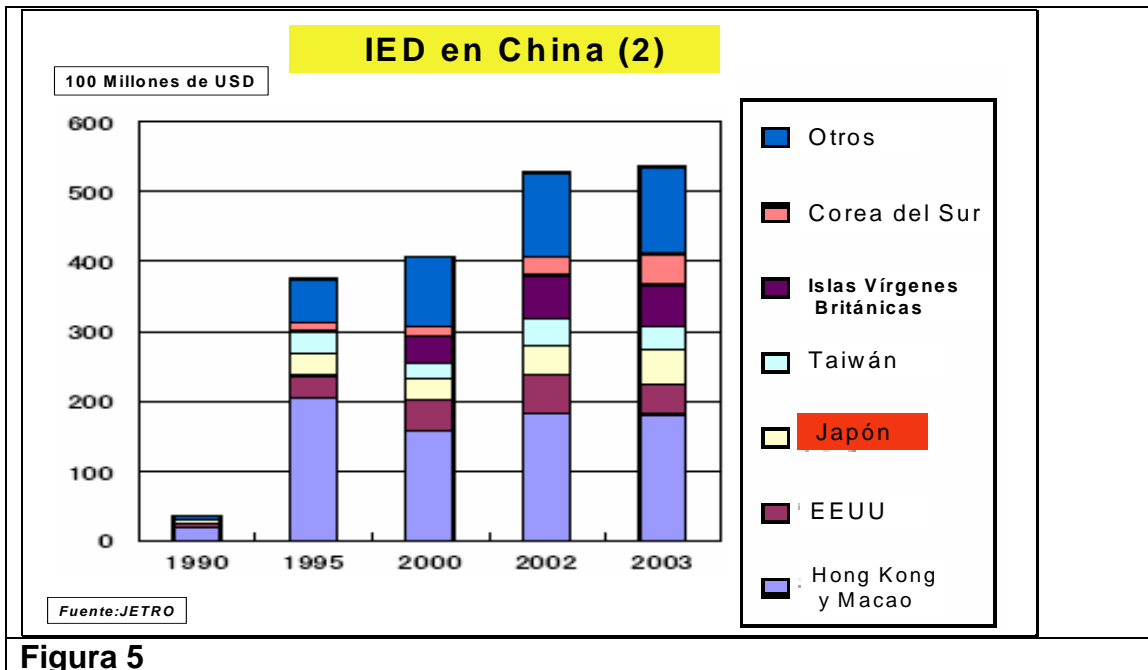


Figura 5

### 3.2. Evolución de la IED Japonesa en China

En la Figura 6 se observan tres fases en la expansión de las inversiones japonesas en China.

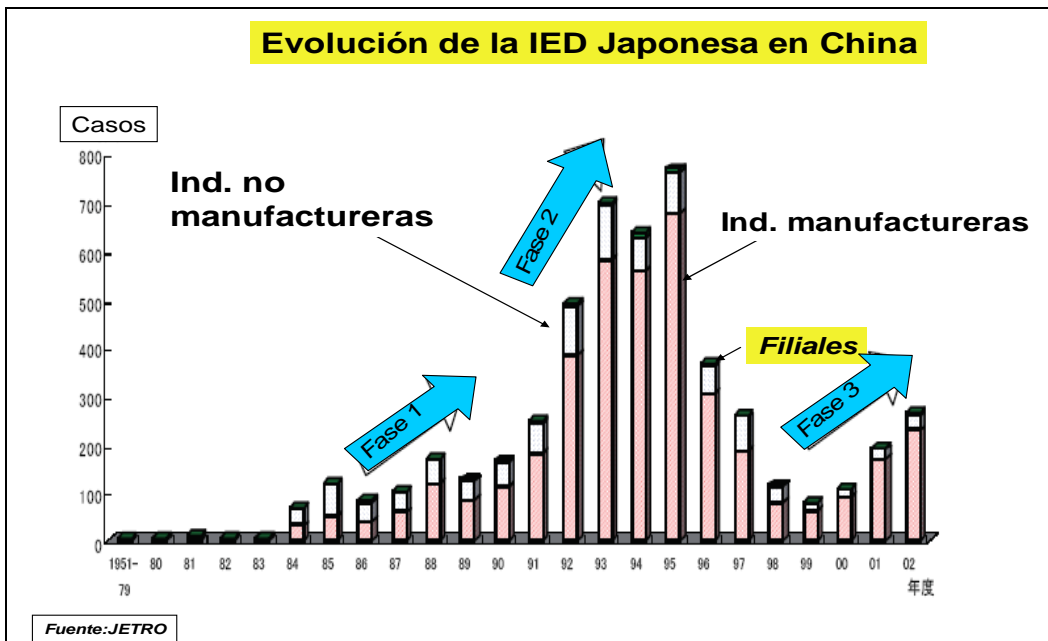


Figura 6

Fase 1: 1985-1988. Tras el avance de una política de trato preferente hacia la inversión extranjera directa (sobre todo en la zona costera), se registró un aumento de la IED en esa zona. Las inversiones se concentraron especialmente en las regiones del noreste y del sureste de China. En la zona del noreste de China, Japón construyó las industrias de base durante los cuarenta años de ocupación (hasta 1945), con lo cual poseía una estrecha relación con esa región. La concentración de IED en la zona sureste se debe a razones geográficas de proximidad a Hong Kong, donde han existido tradicionalmente muchas empresas japonesas.

Fase 2: 1992-1995. Después del estancamiento de la IED debido a la inestabilidad política —entre 1989 y 1990—, desde 1992 a 1995, la aceleración de las reformas y la liberación del mercado, así como la apreciación del yen frente al dólar, contribuyeron a incrementar la IED en China. Durante este periodo, destaca la concentración de IED en Shanghai, considerada el centro de la región (con altas perspectivas de crecimiento en las ventas, principalmente de productos electrónicos), y en las ciudades situadas alrededor. Sin embargo, el auge de la IED se estancó entre 1996 y 1999. Según las estadísticas de Ministerio de Finanzas de Japón, entre 1995 y 1999, el número de inversiones se redujo hasta un 10%, cayendo el importe total hasta casi el 15%. Las principales razones fueron la anulación de las medidas del trato preferente, las dificultades para cobrar las ventas vía crédito y la inestabilidad financiera y la pérdida de la confianza financiera, así como las restricciones de los créditos bancarios y la quiebra de Guangdong International Trust and Investment Corp.

*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

Fase 3: 1999-actualidad. Con la integración de China en la OMC, desde finales del año 1999 la IED se ha vuelto a incrementar. En general la integración en la OMC favorece a los inversores porque supone una reducción de aranceles, la eliminación de barreras no arancelarias (abolición de las licencias de importación, etc.), una importante desregulación comercial, el impulso de medidas de inversión relacionadas con el comercio (TRIM), la aplicación de las reglas del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS), la legislación de Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el comercio (TRIS) y un significativo aumento de la transparencia.

La IED de este periodo se caracteriza, en primer lugar, por el incremento de la IED orientada a la exportación en la zona sureste de China, tras la creación de un importante *cluster* industrial de componentes electrónicos. En segundo lugar, en la zona noreste de China, siguiendo las ubicaciones de los fabricantes de vehículos y productos electrónicos, los fabricantes de las piezas y componentes empezaron a fabricar en China. Así, China ha obtenido un alto reconocimiento como base de suministro. Por último, tras el alza de poder adquisitivo en Shanghai, puede destacarse un refuerzo de IED para conseguir las cuotas de mercado chino.

### **3.2. Características de la IED y actividades de las empresas japonesas en China**

Según las listas de empresas japonesas establecidas en China en 2003-2004, hay registradas aproximadamente 350.000 empresas extranjeras hasta 2003, de entre las cuales las empresas japonesas constituyen apenas 20.000 (8%). Sin embargo, esta cifra sólo representa el 25% de las empresas japonesas realmente establecidas en China. Las empresas japonesas, para ubicarse en China suelen recurrir bien a la implantación directa o bien lo hacen indirectamente a través de Hong Kong. De este modo, muchos casos de IED realizada por empresas japonesas, en las listas publicadas, son consideradas inversiones procedentes de Hong Kong.

La mayoría de la IED se ha realizado mediante el establecimiento de empresas conjuntas con empresas chinas. Sin embargo, a partir de 1997 empezó a aumentar la inversión de forma independiente por parte de empresas japonesas, debido principalmente a la desregulación de la IED y a los problemas administrativos de las empresas mixtas generadas por la parte china. La industria manufacturera absorbe una gran concentración de inversiones japonesas. En 2002, un 86.3% de la inversión japonesa en China corresponde al sector manufacturero. La IED se ha dirigido principalmente a la zona costera, en la cual está en vigor una política de liberación de mercado. Esta zona concentra el 87% de la IED mundial. El litoral chino se divide en 6 regiones principales, cuyas notas principales se destacan a continuación.

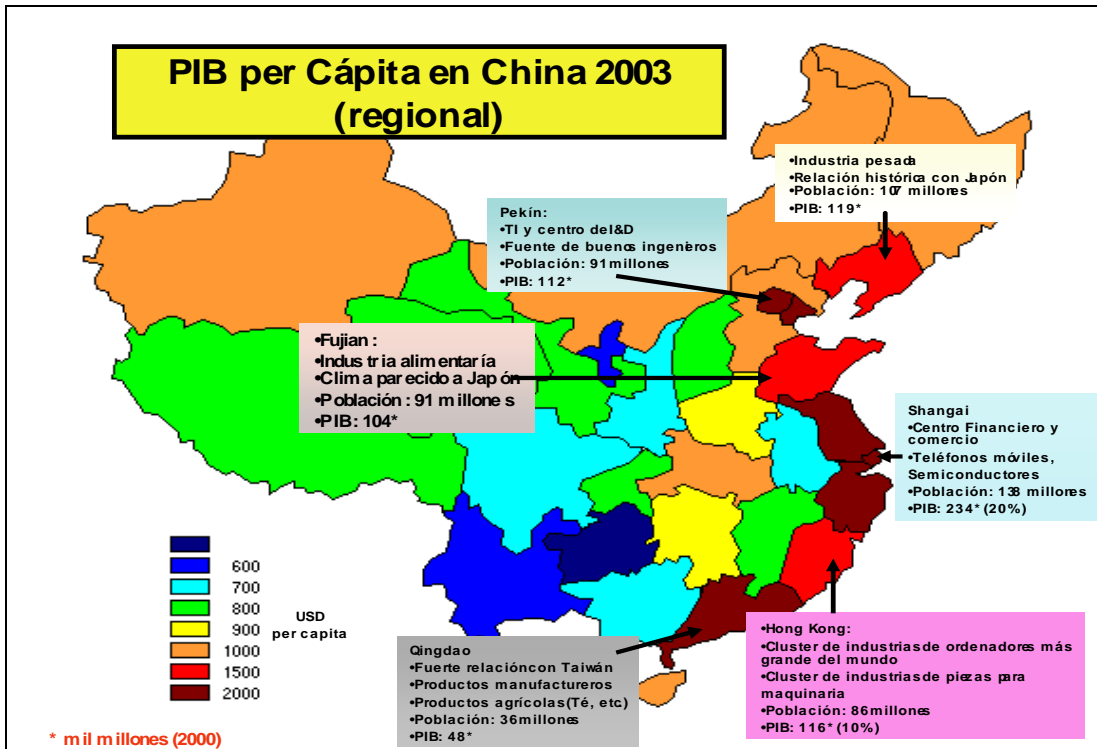


Figura 7

Hong Kong. Tras la creación de un *cluster* de industria electrónica y de ordenadores, se concentra la IED de los fabricantes de maquinaria. Por esta razón se han establecido empresas como Mitsubishi, Matsushita, SANYO y CASIO, etc. En esta región destaca el desarrollo de los proveedores, existiendo más de 60.000 de alto nivel. Además, la mano de obra barata favorece la producción intensiva, y la existencia de grandes puertos como Hong Kong facilita la exportación de los productos fabricados en esta zona al extranjero.

Shangai. Últimamente, Shangai es el centro de atención de los inversionistas extranjeros como mayor mercado de China y centro financiero. El PIB per cápita en Shangai es de 6.680 USD (2004) <sup>3</sup> y el nivel de consumo está aumentando. Muchas empresas se han establecido allí para conseguir no solamente la producción intensiva por la mano de obra barata, sino también para lograr una cuota de mercado con altas perspectivas. La característica particular de esta zona es el desarrollo de la industria con alta tecnología de TI. En esta zona se encuentra algunas de las empresas japonesas más representativas como NEC, Toshiba y Panasonic.

Pekín. Esta zona es reconocida como centro de Investigación y Desarrollo de China; se le denominada el Silicon Valley de China. Gracias al gran número de científicos capacitados y la existencia de más de 200 instituciones y universidades, por ejemplo la Universidad de Pekín, se ha creado un gran *cluster* industrial de altas tecnologías, como TI. Dentro del *cluster* se encuentran grandes empresas tanto japonesas como occidentales, pudiendo destacarse Matsushita, Hitachi, Fujitsu, IBM, Microsoft, Motorola, etc.

Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I. Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

Qingdao. Esta zona tiene pocas características destacables en comparación con otras regiones, pero es reconocida por el centro de producción de té de una empresa de bebida japonesa.

Fujian. Ha crecido como base de producción de alimentos congelados, alimentos elaborados y productos agrícolas destinados a Japón, aprovechando que su clima es semejante al de Japón y la mano de obra tiene un coste muy reducido. Por ejemplo, en el caso del cultivo de cebolleta, se puede producir a tan sólo un 18% del coste total en Japón. Casi el 70% de los productos agrícolas importados en Japón se produce en esta zona.

Noreste de China. En esta zona se ha desarrollado la industria pesada, como la del automóvil, aeronáutica y astilleros. Además, dada la fuerte relación de esta región con Japón, 4.000 empresas japonesas se han establecido en esta zona desde 1992. Actualmente, gracias al gran número de hablantes de japonés en esta zona, es considerado como centro intermediario de servicios en China, ocupando el mismo rol que Irlanda juega en la estrategia de las empresas estadounidenses en Europa. También destaca como centro de creación de *joint ventures* de empresas de alta tecnología.

### 3.3. La contribución de las empresas japonesas al desarrollo económico en China

El comercio entre China y Japón. El incremento de la IED ha contribuido significativamente al aumento del comercio entre China y Japón. El gráfico siguiente presenta la evolución del comercio entre China y Japón. Se observa el crecimiento del comercio de ambos países, destacando esa tendencia desde 1999 debido a la función de China como base de producción, en gran medida destinada a la exportación.

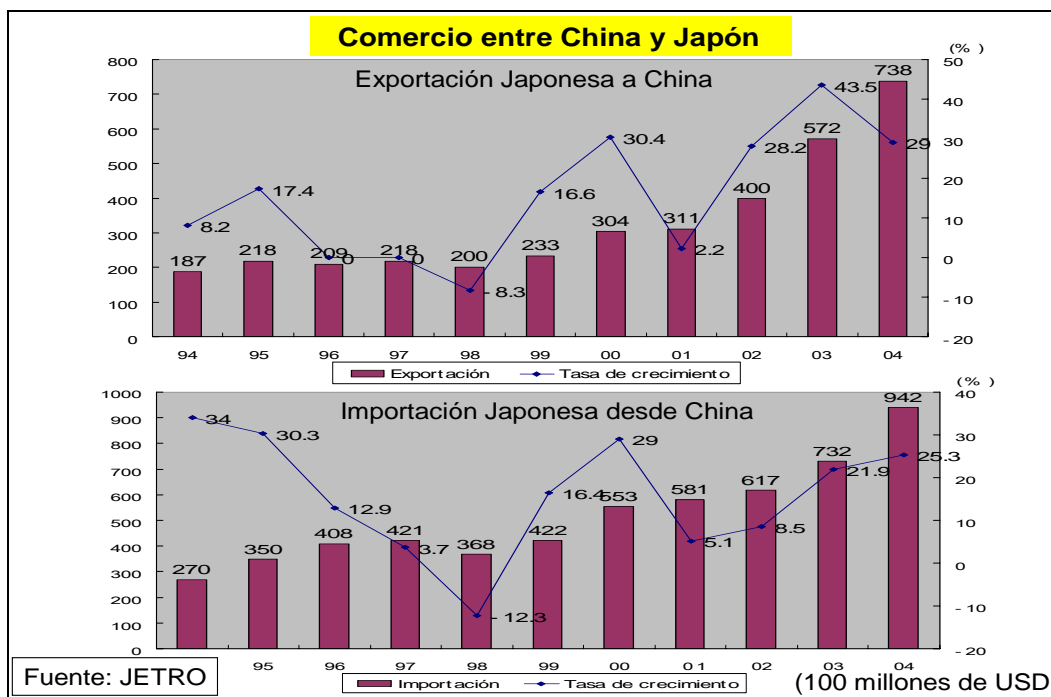


Figura 8

En 1999 China se convirtió ya en el primer importador de Japón, superando a Estados Unidos. Sin embargo, la mayoría de las importaciones que realiza China a Japón han sido realizadas por empresas japonesas.

El comercio entre ambos países, se caracteriza por una mayoría de artículos exportados desde Japón consistente en maquinaria y productos intermedios para su posterior ensamblaje. Por otro lado, destacan artículos tales como textiles y maquinaria en las importaciones de China a Japón. En la Figura 10 podemos observar las características de la división de actividades entre los dos países.

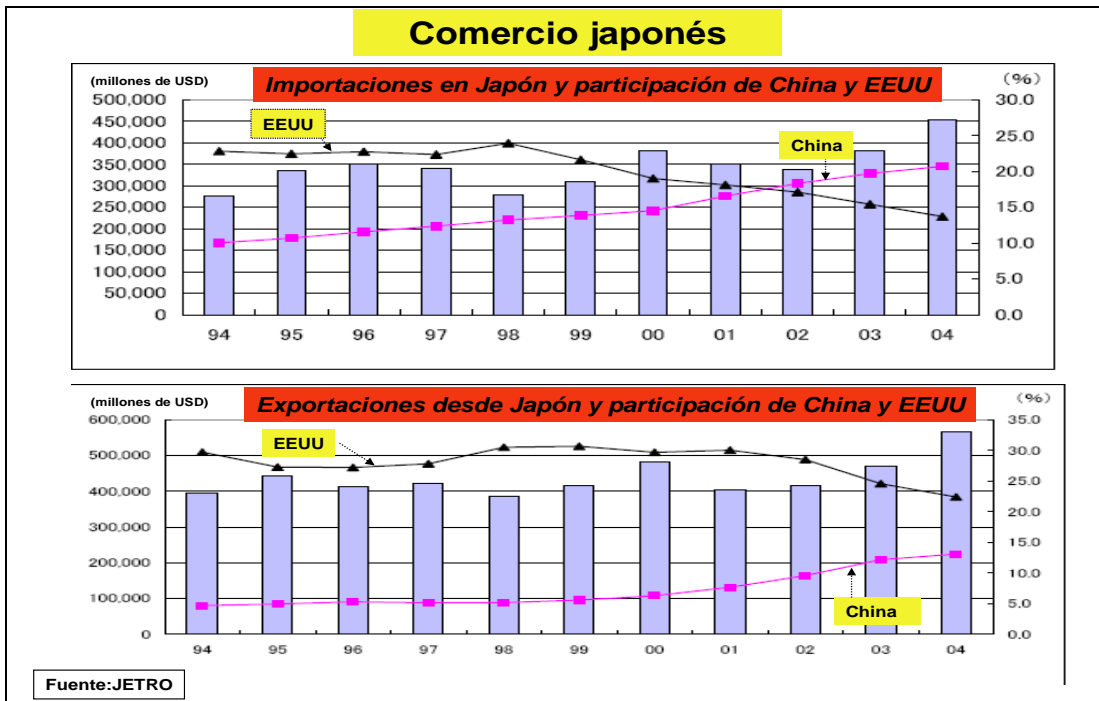


Figura 9

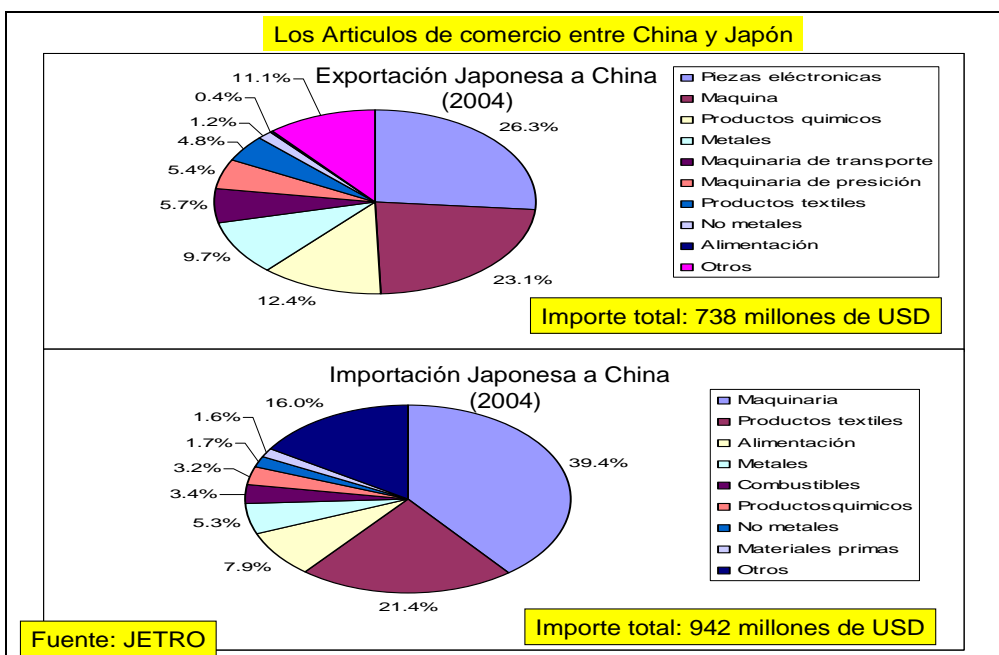


Figura 10

Las ventas en China. Dentro de la lista de las 500 mejores empresas de China en 2003, según el manual de información China, se encuentran 91 empresas japonesas. Esta es la mayor cifra registrada por un país en la lista: EE.UU. tiene 77 empresas, la UE 51, Corea del Sur 23, Taiwán 26 y Hong Kong 57 empresas (Inagaki, 2004). Respecto a las ventas de estas 500 empresas, en 2001 alcanzaron el equivalente al 13.2% del PIB, lo cual demuestra la importancia de la contribución de las empresas extranjeras en la economía china.

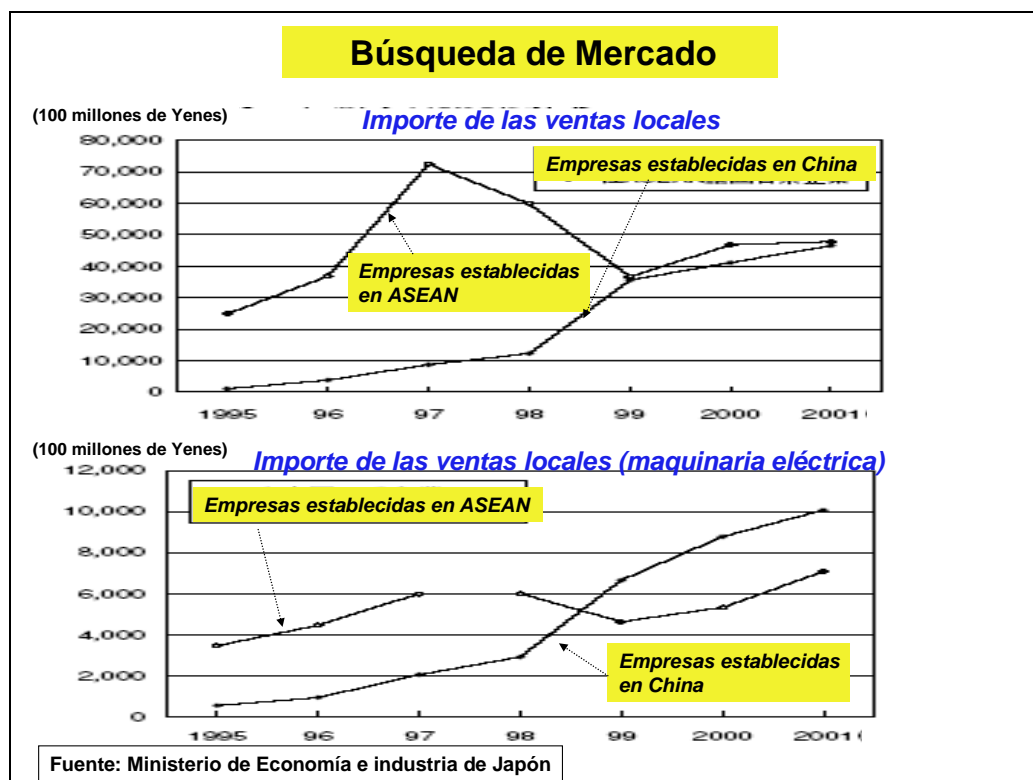


Figura 11

Últimamente, las empresas extranjeras ya no consideran China sólo como fábrica de productos, sino también como un atractivo mercado, principalmente en la zona costera donde habitan 400 millones de personas con un poder adquisitivo relativamente alto. Por ejemplo, en China, 21 millones de personas poseían ordenadores y 23 millones estaban suscritos a servicios de Internet en 2000. Respecto a la telefonía móvil, en 2002 se superaron los 200 millones de usuarios. Existe una alta demanda de productos electrónicos tanto baratos como de lujo; por ejemplo, Sony tiene previsto competir con teléfonos móviles caros que cuestan en el mercado japonés entre 200 y 300 dólares.

### 3.4. Las perspectivas japonesas sobre el mercado chino

China ocupa el primer lugar en la encuesta de perspectivas de IED del *Journal of JBIC Institute* (No.18, Feb. 2004) para las empresas japonesas. Entre los años 1978 y 2003, la economía china ha mantenido un crecimiento promedio del 9.5%, existiendo grandes expectativas de que continúe a ese ritmo por lo menos hasta 2008.



*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

De acuerdo con la encuesta realizada por JBIC (*Journal of JBIC Institute*, No.22, Feb. 2005) respecto a las perspectivas de crecimiento económico en China, la mayoría de las empresas piensan continuar sus inversiones hasta las olimpiadas de Pekín en 2008 o EXPO Shanghai en 2012.

Sin embargo, cuando se habla de China en la actualidad, tienden a destacarse exclusivamente los aspectos positivos, cuando también existen importantes problemas, tales como, por ejemplo, la desigualdad entre regiones y niveles de ingresos. Actualmente, más de 200 millones de personas viven con tan sólo un 1 dólar al día y la diferencia salarial de la zona este frente al interior es de 6 contra 1 (Tanabe, 2005).

En cuanto al desempleo, tan sólo en las ciudades, hay más de 14 millones de parados. Respecto a las reformas y privatizaciones, un tercio de las empresas públicas cargan con grandes deudas (Tanabe, 2005). Las carteras vencidas ascienden a 30 billones de yenes, que se corresponden con un 20-30% del PIB (Gang, 2003).

La escasez en el suministro eléctrico y los cortes de electricidad, así como los accidentes en plantas de combustible son problemas que también pueden impedir el desarrollo económico de China. Asimismo, el envejecimiento de la población —debido a la política de restricción de la natalidad— representará un serio inconveniente demográfico en un futuro cercano.

Por último, no hay que olvidar el desequilibrio entre el régimen comunista y la economía de mercado. Además existe un riesgo político añadido, debido a la conciencia de antagonismo de los chinos frente a los japoneses y a las discrepancias políticas entre China y Japón. Con el fin de poder convivir y aprovechar el crecimiento, es preciso el refuerzo de unas relaciones más interdependientes entre ambos países, así como la reconciliación mutua.

#### **4. OBSERVACIONES FINALES**

Después de los rápidos cambios sufridos por el entorno empresarial, principalmente como consecuencia de la globalización, la estrategia de las empresas japonesas en los países asiáticos ha cambiado, en comparación con la que se llevaba a cabo cuando las empresas japonesas comenzaron a invertir fuertemente en los años 80. El mercado asiático —en el que se concentra la mayor población del mundo— continúa registrando un ritmo de crecimiento muy alto que llama la atención de los inversores extranjeros.

Actualmente, el mercado asiático no es una mera fábrica de montaje con mano de obra barata; además, se trata de un mercado con un gran potencial de consumo, existen fábricas con tecnología sofisticada y una fuente de mano de obra cualificada. Hemos analizado el caso de China, que recibe la mayor parte de la inversión extranjera directa del mundo. En los últimos 15 años, aprovechando la inversión extranjera directa, China ha crecido a un ritmo extraordinario. Todavía parece no decelerarse este ritmo de crecimiento.

Hoy en día, muchas empresas japonesas están invirtiendo importantes cantidades en la India, país que se supone que superará el PIB de Japón en 30 años, a pesar de que todavía tiene muchos problemas por resolver. Actualmente, alrededor de la capital de la India, se pueden encontrar establecidas aproximadamente 90 multinacionales japonesas.

*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

Con el transcurso del tiempo, el mercado asiático está ganando importancia a un ritmo cada vez mayor, y no solamente para las empresas japonesas. Asia Oriental está convirtiéndose en centro económico mundial, como consecuencia del fuerte desarrollo y de su potencial para el futuro. Son muchas las empresas multinacionales que están invirtiendo en la zona, con la intención de ganar terreno en el que será el posible centro económico del mundo en el futuro cercano.

*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

## **NOTAS**

(1) Kimura (2003).

(2) Nótese que el PIB *per cápita* en Shangai era, por ejemplo, de 4.900 dólares (USD) en 2002 mientras el PIB *per cápita* de China era de 900 dólares.

(3) JETRO: [http://www.jetro.go.jp/china/shanghai/jp/economy\\_index/index\\_shanghai0603.html](http://www.jetro.go.jp/china/shanghai/jp/economy_index/index_shanghai0603.html)

(4) La educación del idioma japonés de esta zona está bastante avanzada y mucha gente aprende japonés desde secundaria como segunda lengua.

*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

## BIBLIOGRAFÍA

Amano, T. (2004): *Internationalization into East Asia and the growth of Japanese Firms*, MMRC Discussion Paper No. 8, University of Tokyo.

Gang, F. (2003): *Chuugoku mikan no keizaikaihatsu* (Desarrollo económico interminable en China)", Editorial Iwanami, Tokio.

Inagaki, K. (2004): *Chuugoku no Gaishi Ukeirejyoukyou to nihonkigyounosinsyutsu* (Situación de la IED en China y las empresas japonesas). Sousousya, Tokio, 13-29.

Iwami, M. (2004): "Nihonkigyou no kaigaichokusetsutousi no doukou" (La tendencia de la IED realizada por las empresas japonesas). Estudio de Japan Institute for Overseas Investment (2004).

JETRO (2004a): *2004 nen no nichuuboueki* (Comercio entre China y Japón 2004). Informe de investigación, JETRO. <http://www.jetro.go.jp/jpn/reports/>

JETRO (2004b): *White Paper on International trade 2004*, Tokio, 152-162.

Kajita, Y. (2001): "*Kaigaichokusetsutoushi to Keiei*" (La inversión extranjera directa y la administración de las empresas), Kannihonkaibouekikouryuusenta (2001)

Kimura, F. (2003): "Kokusaibouekiriron no Aratanachouryuto Higashiasia" (La nueva tendencia de la teoría de comercio Internacional y Asia oriental). *Journal of JBIC Institute*, No. 14, Enero, 106-116.

Kimura, F. y Ando, M. (2003): "The Formation of International Production/Distribution Networks in East Asia", NBER Working Paper No. 10167: <http://www.nber.org/papers/w10167>

Maruya, T. (2001): "Nihonkigyou no Chuugokusinsyutsu no Genjyou to Kadai" (La situación actual de las empresas japonesas en China), Estudio de JETRO, 52-64.

Masamura, K. y Yamada, S. (2002): *Nihonkeizairon* (Teoría de economía japonesa). Touyoukeizaishinpusya, Tokio.

Muroya, A. (2002): "Chuugoku no Taitou wo Ukeru ASEAN Nikkeikigyou no Genjyou to Kadai" (Las empresas japonesas en los países de ASEAN), Estudio de Nochuri Research Institute. Julio, 30-38.

Nakajima, J. (2004): *Nikkei Takokuseki Kigyou* (Las empresas multinacionales japonesas). Editorial Chuoukeizai, Tokio.

Ohmae, K. (2002): *The China Impact*, Koudansha, Tokio.

*Oizumi, Y., Muñoz, F.F., Encinar, M.I.* Estrategia Internacional de las empresas japonesas en los países del Sudeste Asiático y China.

Tanabe, T. (2005): “Detademiru Chuugokukeizai to Nichuukeizaikannkei” (Economía China y la relación económica entre China y Japón), Revista de la Biblioteca Nacional Japonesa *Reference*, Febero, 61-74.

朱炎, (2004): “Chuugokukeizai to Nihon no ODA” (Economía China y la ayuda proveniente de Japón), Estudio de Japan Center For International Finance, 54-66.