



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**LA INDUSTRIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN EL AUGE
ECONÓMICO DE LA REPÚBLICA DE COREA. CASO
SAMSUNG Y LG**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES**

PRESENTA

GUADALUPE ESTEFANÍA SÁNCHEZ GONZÁLEZ

ASESOR

LICENCIADO ÁNGEL SANTOS LEDEZMA GONZÁLEZ

SEPTIEMBRE DE 2013.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

GRACIAS A DIOS POR LLENARME DE BENDICIONES, AMOR Y OPORTUNIDADES

AGRADEZCO ESPECIALMENTE A MIS PADRES, HERMANA Y ABUELITAS POR ESTAR CONMIGO EN CADA PASO DE MI VIDA. GRACIAS POR MOSTRARME QUE AUNQUE LOS CAMINOS SON LARGOS, SIEMPRE PODRÉ TERMINARLOS SATISFACTORIAMENTE. DEDICO A TODOS USTEDES ESTE GRAN LOGRO EN MI VIDA.

GRACIAS A MI ASESOR, EL LICENCIADO ÁNGEL SANTOS LEDEZMA GONZÁLEZ, POR BRINDARME SU AYUDA Y CONOCIMIENTOS EN LA REALIZACIÓN DE ESTA INVESTIGACIÓN.

GRACIAS A MI ALMA MATER, LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO QUE, AL BRINDARME SU COBIJO EN LA FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN, ME FORMÓ ACADÉMICAMENTE, HUMANAMENTE, Y PROFESIONALMENTE.

GRACIAS A CADA UNA DE LAS PERSONAS QUE ESTUVIERON INVOLUCRADAS EN ESTE PROCESO DE INVESTIGACIÓN.

¡POR MI RAZA HABLARÁ EL ESTÍRITU!

**La Industria de las Tecnologías de la Información y
Comunicación en el Auge Económico de la República de
Corea.**

Caso SAMSUNG y LG

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I BREVE INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	1
1.1.Paradigma Tecnológico y Brecha Tecnológica en las Tics	4
1.2.Principales países de la industria de las TICs	7
1.2.1. Corea	8
1.2.2. Suecia	11
1.2.3. Islandia	13
1.2.4. Dinamarca	15
1.2.5. Finlandia	17
1.2.6. China	19
1.2.7. Luxemburgo	23
1.2.8. Japón	25

CAPÍTULO II ELEMENTOS UTILIZADOS POR EL GOBIERNO COREANO PARA EL DESARROLLO NACIONAL (1960-2008)	29
2.1 La educación tecnológica como base del desarrollo tecnológico nacional	31
2.2 Desarrollo tecnológico como base del desarrollo económico nacional	35
2.3 Estrategias de recuperación económica coreana (1961-1990)	38
2.4 <i>Chaebol</i> : El uso de la fórmula empresarial coreana como impulsor de la industria nacional	40
2.5 Medidas de recuperación nacional durante la crisis económica asiática de 1997	46
2.6 Medidas de recuperación nacional durante la crisis económica del 2008	49
CAPÍTULO III SAMSUNG EN LA INDUSTRIA DE LAS TICs: SAMSUNG ELECTRONICS (2000-2010)	54
3.1 Samsung Electronics (2000-2010)	60
3.1.1 Antecedentes de Samsung Electronics	62
3.1.2 Utilidades de Samsung Electronics en el mercado internacional (2000-2010)	66
A) Periodo 2000-2005	67
B) Periodo 2006 – 2010	81

CAPÍTULO IV LG EN LA INDUSTRIA DE LAS TICs:	
LG ELECTRONICS (2000-2010)	87
4.1 Antecedentes y division de LG Group	87
4.2 LG Electronics (2000-2010)	91
4.2.1 Utilidades de LG Electronics en el mercado internacional (2000-2010)	95
A) Periodo 2000 – 2005	97
B) Periodo 2006 – 2010	109
CONCLUSIONES	119
Fuentes de Consulta	127

La Industria de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Auge Económico de la República de Corea.

Caso SAMSUNG y LG

INTRODUCCIÓN

El estudio de las Relaciones Internacionales incluye “no sólo relaciones entre estados, sino también relaciones entre organizaciones gubernamentales y no gubernamentales (ONG’s) como iglesias, organizaciones humanitarias y corporaciones multinacionales...”¹

Gracias a ello, son consideradas como una multidisciplina diferenciada de otros estudios por los discursos diplomáticos que muestran la interacción entre estados sobre los factores principales (factores sociales, económicos, y políticos, principalmente), pero también sobre otros secundarios²; la tecnología es uno de ellos.

Esto, debido a que desde la década de 1970, con una nueva revolución científica y tecnológica, se ha generado aproximadamente el 90% de todo el desarrollo tecno-científico³, vinculándose fuertemente con los actores.

¹ Wilkinson, Paul. “International Relations” Segunda edición. Nueva York, EUA. Ed. Sterling Publishing Co. 2010. P.1.

² Esta investigación se refiere a elementos secundarios a aquellos que han estado presentes en las relaciones internacionales desde sus inicios, pero que es en la actualidad cuando influyen de forma directa en asuntos políticos, sociales y económicos. Y son factores ecológicos, de desarrollo humano, tecnológicos, y otros los que están dentro de esta clasificación. Para conocer más acerca de el desarrollo del medio ambiente en conjunto con las Relaciones Internacionales, consultar el libro “*The Environment and International Relations*” editado por John Volger y Mark F. Imber. Así como el libro “*Technology and International Transformation*” de L. Herrera Geoffrey.

³ Piñero, Fernando Julio y José María Julio Araya. “*Revolución científico-tecnológica y sociedad de la Información. Análisis a través de indicadores de seguimiento de la división digital en América Latina.*”

El sociólogo español, Manuel Castells lo explica en el primer volumen de su obra “La era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura”:

“En el último cuarto del siglo XX, una revolución tecnológica, centrada en torno a la información, transformó nuestro modo de pensar, de producir, de consumir, de comerciar, de gestionar, de comunicar, de vivir, de morir, de hacer la guerra y de hacer el amor. (...) Una cultura de la virtualidad real, construida en torno a un universo audiovisual cada vez más interactivo, ha calado la representación mental y la comunicación en todas las partes, integrando la diversidad de culturas en un hipertexto electrónico.”⁴

La cita anterior alude casi exclusivamente a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), que puede definirse como la rama de la tecnología por medio de la cual se adquiere, produce, reproduce, almacena, trata, comunica, registra y presenta todo tipo de información, ya sea en forma de voz, imágenes y datos en acústica, óptica o electromagnética.⁵

Para poder tratar correctamente el fenómeno TIC internacional en relación con Corea del Sur y su auge económico, también se hace uso del trabajo sobre la economía y política internacional del profesor de Política y Asuntos Internacionales de la Universidad de Princeton, Robert Gilpin, en su libro “The politics of international economic relations” publicado en 1987.

Gilpin considera que el actuar de los Estados está íntimamente relacionado con los mercados nacionales e internacionales para la obtención de mayor beneficio nacional e incluso, descarta la idea de los gobiernos paternalistas al considerar

Puebla, México. Editado por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. 2005. P.6 [En línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/376/37602902.pdf>> [Citado en Mayo del 2011].

⁴ Castells, Manuel. *La era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Reino Unido. Editorial Wiley-Blackwell. 2004. Pp.25-26.

⁵ Este concepto es recopilado por el Grupo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la Universidad Politécnica de Madrid, el cual al cumplir con las características que los objetos de estudio Samsung y LG manejan, fue el más acertado de acuerdo a las necesidades de éste estudio. Para mayor información, visitar http://tutor2u.net/business/ict/intro_what_is_ict.htm

su intervención en los mercados sólo en momentos de extrema necesidad y con la única intención del bien público, es decir, mantener al Estado sano y seguro para su interacción internacional.

Además el experto en globalización de la Universidad de Chile, Raúl Allard Neumann, en base a esta teoría afirma que “(...) la globalización adquiere características propias en el contexto económico del sistema internacional actual, en aspectos tales como los cambios en el proceso y la regularización del comercio internacional, el sistema financiero internacional, la acción de las empresas multinacionales, los esquemas de integración económica regional y otros; así como los que dicen relación con los cambios en las tecnologías de la información y las comunicaciones. Estos factores influyen en las políticas económicas y el rol y la acción de los Estados.”⁶

Es decir, las TIC, sin importancia de raza, religión, educación, nacionalidad y/o condición social, ya son parte de la vida diaria en la mayoría de las personas; y por tanto se encuentran inevitablemente en todo proceso y actividad internacional.

Corea del Sur sobresale en esta parte de la industria internacional desde que apostó por el desarrollo nacional implementando políticas económicas dirigidas a la expansión de exportaciones, un mercado más libre, así como el desarrollo de capital,⁷ con lo que logró dejar atrás las principales deficiencias del tercer mundo y comenzar su trayectoria como un gigante asiático.

Dicho desarrollo se debió en gran parte la fórmula empresarial de grandes conglomerados conocida como “Chaebol” (“재벌”, que significa “negocio

⁶ Allard Neumann, Raúl. “Globalización, rol del Estado y relaciones internacionales en el realismo de Robert Gilpin”. En Revista de Estudios Internacionales. Universidad de Chile. Instituto de Estudios Internacionales. Vol. 37, Número 146, (2004). Chile. P. 6

⁷ Alam, Sahid M. “*Government and Markets in Economic Development Strategies: Lessons from Korea, Taiwan, and Japan*”. Nueva York, EUA. Editorial PRAEGER. 1989. P.27.

familiar” o “monopolio” en coreano) caracterizados por la excesiva concentración de poder en los directivos⁸, y por la gran diversidad en su estructura de negocios.⁹ La industria de las TIC floreció gracias a los Chaebol Samsung y LG principalmente, compañías que hoy en día la postulan como un líder mundial.

Convirtiendo además a Corea de Sur en el principal proveedor de partes y productos electrónicos terminados, llegando a registrar más del 30% de sus exportaciones en la industria de las TIC ¹⁰; y también convirtiéndose en uno de los países más importantes del globo gracias a su economía estable. ¹¹

Manuel Castells sitúa a las TIC's como herramientas tecnológicas generadoras de una nueva dinámica social, económica y política en los países que las fabriquen, en este caso Corea del Sur. También maneja el concepto de paradigma tecnológico, refiriéndose a la revolución informática como parteaguas y generadora de una nueva fase en el sistema capitalista¹² en donde la industria de las telecomunicaciones significan: “el vector clave en la difusión

⁸ A pesar, del destacado papel que tienen los *Chaebols* en la economía de Corea, la excesiva concentración de poder, es señalada por varios estudios económicos tanto de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), como del mismo Ministerio de Economía del Conocimiento de Corea (MKE por sus siglas en inglés), como una de las principales razones de la crisis económica de 1997 en este país.

⁹ Yanagimachi, Isao. “*Chaebol Reform and Corporate Governance in Korea*”. Editado por The 21st Century Center of Excellence Program “*Policy Innovation Initiative: Human Security Research in Japan and Asia*” Japón. Graduate School of Media and Governance Keio University. 2004. P.3 [En línea] <<http://coe21-policy.sfc.keio.ac.jp/ja/wp/WP18.pdf>> [citado en Mayo del 2011].

¹⁰ La innovación coreana ha convertido al país en un Milán (principal ciudad en la vanguardia del diseño de modas alrededor del mundo) de las TIC's. Un ejemplo de ello es la cobertura de internet en los hogares, en Corea del Sur, para el año 2001, el porcentaje de hogares con Internet era de 63.2, mientras que para el año 2008 aumentó a 94.3%. Mientras que en México, para el 2001 era de 6.1%, y creció a 13.7% en el 2008; según los informes de la OECD publicados en internet [En línea] <http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-korea_20752288-table-kor> <http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-mexico_20752288-table-mex> [Consultado en Mayo del 2011.]

¹¹ Korean Economic Institute. “Korea's Economy” [En línea] <<http://www.keia.org/economy.php>> [Citado en Abril del 2011].

¹² En la obra *The Informational City*, el autor trata al sistema capitalista de forma especialmente económica, pero en correlación con los aspectos sociales y políticos.

y uso completo de las nuevas tecnologías al establecer conexiones entre las unidades de proceso y la formación de sistemas de información”¹³, es decir, las TIC se convirtieron no sólo en una parte de la nueva revolución, sino que además son las que permiten a cualquiera familiarizarse con estos cambios constantes y veloces. Y se debe principalmente a dos factores:

- 1) El procesamiento de información (almacenamiento, envío y análisis) y por tanto la obtención, transferencia y aplicación de la información y del conocimiento.
- 2) Innovación en los procesos que la industria, economía, sociedad y política, experimentan y transforman día a día el sistema internacional.

Con base a estas aproximaciones teóricas, se afirma que existe una relación directa entre el auge económico vivido en Corea del Sur a partir de los años 70’s (especialmente en la última década), con el desarrollo constante e innovación de las TIC’s llevado a cabo principalmente por las multinacionales Samsung y LG¹⁴, y que a continuación se analizará.

¹³ Castells, Manuel. “The Informational City. Information Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional Process”. Reino Unido. Editorial Wiley-Blackwell. 1999.

¹⁴ Con el objetivo de presentar la información más reciente de las compañías, se utilizaron recursos electrónicos de fuentes internacionales serias, así como los reportes anuales de la última década (2000-2010) , que exponen la situación económica de LG y Samsung en Corea y el mundo del año 2000 al 2010. Además, se optó por el sistema inglés de cantidades monetarias en los datos económicos aquí presentados, así como manejar todas las cantidades en la unidad monetaria dólar debido a que es la principal moneda de cambio en el mundo.

CAPÍTULO I

BREVE INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Tal como se mencionó anteriormente, las TICs son tecnologías aplicadas para el control de la información que actualmente se encuentran en cualquier artefacto con computadora, tales como los teléfonos celulares, reproductores de música, los autos (computadoras), electrodomésticos (especialmente los que tienen acceso a internet), aviones, armas, y hasta simples plumas que pueden ser empleadas también como memorias electrónicas; y su importancia depende de su capacidad de almacenamiento, transferencia y comunicación de información.

De ahí que M. Castells afirme, “En el nuevo modo de desarrollo informacional, la fuente de la productividad estriba en la tecnología de la generación del conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos. (...) ya que el proceso de producción siempre se basa sobre cierto grado de conocimiento y en el procesamiento de la información. (...) El procesamiento de la información se centra en la superación de la tecnología de este procesamiento como fuente de productividad, (...) por ello, denomino informacional a este nuevo modo de desarrollo, constituido por el surgimiento de un nuevo paradigma tecnológico basado en la tecnología de la información.”¹⁵

¹⁵ Castells, Manuel. “La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura”. Tomo I. Prólogo “La red y el Yo”. Primera Edición. Oxford, Reino Unido. 1997, P.19. [En línea] <<http://www.geocapacitacion.com.ar/geoweb/biblio/laera.pdf>> [Consultado en Abril del 2012]

Sin embargo, el camino para lograrlo fue un poco largo, empezando en los años treinta cuando IBM ya contaba con el procesador de información "ENIAC" que no podía guardar la configuración de inicio y de procesos, mucho menos la información procesada. Después, la codificadora alemana usada durante la Segunda Guerra Mundial "ENIGMA", la cual ya contaba con claves configuradas para la codificación de transmisión y recepción de mensajes. Eran las computadoras de primera generación.

Las siguientes décadas dieron paso a las 2 características principales de las TICs¹⁶:

- 1) El almacenamiento, reproducción y manipulación de la información. Se inició en 1973 con el primer microprocesador INTEL 8008 que introducía y recuperaba la información, que además era procesada por un programa de operación propio.¹⁷
- 2) La innovación. En la década de los ochenta empieza el proceso de miniaturización de los componentes, que junto con la primera computadora personal (con sistema operativo MS-DOS) iniciaría la carrera de la innovación que crece día a día.¹⁸

Al mismo ritmo en que las computadoras iban mejorando, también iban formando una íntima relación con la economía, hasta llegar al punto en el que estas máquinas tienen un fuerte efecto sobre el desarrollo de los procesos gubernamentales, sociales de un país, así como de su comercio y procesos productivos. "Ahora las TICs se han transformado en un componente más del

¹⁶ Suarez y Alonso, Ramón Carlos. "Tecnologías de la Información y la Comunicación". España. Ed.Ideaspropias. 2007. P.8.

¹⁷ Forester Tom. "Sociedad de Alta Tecnología". México. Siglo Veintiuno Editores. 1992. P.32.

¹⁸ Es de considerar que el proceso de innovación no sólo se presentó en los productos, sino también en las tecnologías, programas, procesos, y cualquier factor que estuviera en contacto con la tecnología.

programa para enfrentar la(s) crisis: creación de fuentes de trabajo, aceleramiento de la tasa de innovación, mejoramiento de la productividad...”¹⁹ Se calcula que en 1954, la inversión mundial total en la industria de las TICs era sólo del 7%, mientras que para mediados de los años noventas se había incrementado la inversión hasta en un 50%, lo que significó que sea una de las industrias que generan mayores ganancias en el mundo.²⁰ En este sentido, las TICs, en una economía, pueden ser divididas en 4 etapas²¹:

- Sector de bienes: inventan, reproducen e innovan el hardware usado para el procesamiento de información (computadoras, partes electrónicas, teléfonos y otros artefactos de las TICs).
- Sector de contenido de información: crean, reproducen e innovan información, puede considerarse como el software (en música, video, noticias y entretenimiento).
- Sector de los canales de información: se encarga de adecuar la infraestructura necesaria para la transmisión de información entre los artículos de las TICs (como las redes GSM, 3G y ahora 4G).
- Sector de la información: consiste en las actividades económicas que utilizan los artículos TICs, y de la información como contenido para el consumo doméstico o para la producción de empresas en todos los sectores de la economía.

¹⁹ Katz, Raúl. “El papel de las TIC en el desarrollo: Propuesta de América Latina a los retos económicos actuales.” Colección Fundación Telefónica. El Salvador. 2009. Pág. XII. Cuaderno 19. Disponible en Telefónica el Salvador S.A. de C.V. [En línea] <<http://www.telefonica.com.sv/pronino/noticias/docs/INFORME%20EL%20PAPEL%20DE%20LAS%20TIC%20EN%20EL%20DESARROLLO.pdf>> [Consultado en Abril del 2012]

²⁰ Greenwood, Jeremy. “*The third industrial revolution, technology, productivity, and income inequality.*” Washington D.C. EUA. Editorial American Enterprise Institute for Public Policy Research. 1997. P.3

²¹ Yue y Lim Editores. “Information Technology in Asia: New Development Paradigms” Singapur. Ed. Institute of Southeast Asia Studies. 2002 P. 49.

La clasificación presentada por los autores no se refiere a los sectores económicos sino a los sectores en los que las TIC se mueven en una economía.

Tal como se menciona anteriormente, la evolución en conjunto de la informática y electrónica, ha dado paso a un nuevo paradigma tecnológico en el que las TICs son parte esencial de los procesos económicos a pequeña y gran escala. Sin embargo, en muchos casos se ignora la significativa brecha tecnológica que existe entre los mercados y competidores internacionales y nacionales, que a continuación se desarrollará.

1.1 Paradigma Tecnológico y Brecha Tecnológica en las TICs

La tecnología de uso doméstico se ha convertido en un elemento fundamental de nuestro día a día gracias al crecimiento significativo en su producción, venta e innovación. No hace más de 10 años que las personas aún usaban cuadernos de agendas, o pegaban una lista de lo que necesitaban comprar en la puerta de aquel refrigerador ruidoso; e incluso las computadoras, y sobre todo el acceso a la red internet, eran exclusivas para estratos de nivel socio-económico alto y para fines muy específicos. Pero desde la apertura y mejora de estos servicios, la tecnología, se ha hecho presente por el desarrollo e investigación de las empresas y algunos estados se incrementaron hasta tomar un ritmo propio y de alcances aún incalculables.

En este caso se presenta el paradigma tecnológico, que según el director del Programa Internacional de Doctorado en Economía de la Escuela de Estudios Avanzados de Santa Anna, Giovanni Dosi, es “un modelo o patrón de soluciones a problemas tecnológicos, basado en principios científicos y materiales tecnológicos”²², mostrando de esta manera el camino a seguir y que elementos olvidar para lograr la meta establecida previamente.

²² Dosi, Giovanni. “Innovation, Organization and Economic Dynamics.” Estados Unidos. Ed. Edward Elgar Publishing Inc. 2000. P.52.

Además, el paradigma tecnológico cuenta con ciertos beneficios como la libertad de desarrollo, cualquier deseo tecnológico puede ser cumplido a medida que se innove lo necesario para lograrlo.

Por otro lado, si bien existe la “frontera tecnológica” que se entiende por el nivel más alto alcanzado en el camino tecnológico, y suele ser delimitado por las dimensiones tecnológicas y económicas del momento²³; el desarrollo tecnológico no puede ser limitado más que por sí mismo; con ello se hace referencia a que en las tecnologías de la información y comunicación el desarrollo de nuevas y mejores versiones es mucho más rápido que en cualquier otra tecnología, lo cual en algún punto se convierte en un elemento relevante en el plan de crecimiento económico y social.²⁴

De la mano con el nuevo paradigma tecnológico, se encuentra la brecha tecnológica que puede definirse como la desigualdad en capacidades tecnológicas existentes y agravantes entre dos o más sujetos, y puede ser clasificada en brecha nacional y brecha internacional.

Dentro de la brecha nacional, se presentan en distintos estratos socio-económicos, edades, e incluso profesiones. Todo depende de la posesión y capacidad de uso de las TIC's de cada sujeto.

Mientras que en la brecha internacional se presenta entre compañías locales y extranjeras, como bien se comprueba en México que cuenta con una economía

²³ Ibid. P. 54.

²⁴ Un ejemplo de ello es el reciente lanzamiento de la “I-pad” de Apple, la cual salió a la venta en México en Junio del 2010, y para Marzo del el 2011 ya se había lanzado la “I-pad 2”, con las mismas opciones a escoger que la anterior pero con notable innovaciones en su sistema, de acuerdo a lo que le fue demandado al primer modelo y no pudo satisfacer. Además, la satisfacción de necesidades debe de ir más allá de lo que inicialmente se pedía, es como pensar a un plazo de 10 años, pero con la certidumbre de que será rebasado en un plazo de máximo 6 meses dependiendo de la exclusividad de la tecnología en cuestión.

dual, es decir, aquella que posee tanto el sector avanzado y el sector atrasado. En el avanzado se posee maquinaria y procesos de producción superiores, provocando que el sector atrasado sea menos competitivo²⁵. Para la jerarquización en el desarrollo de las TICs en un lugar se pueden distinguir tres puntos:

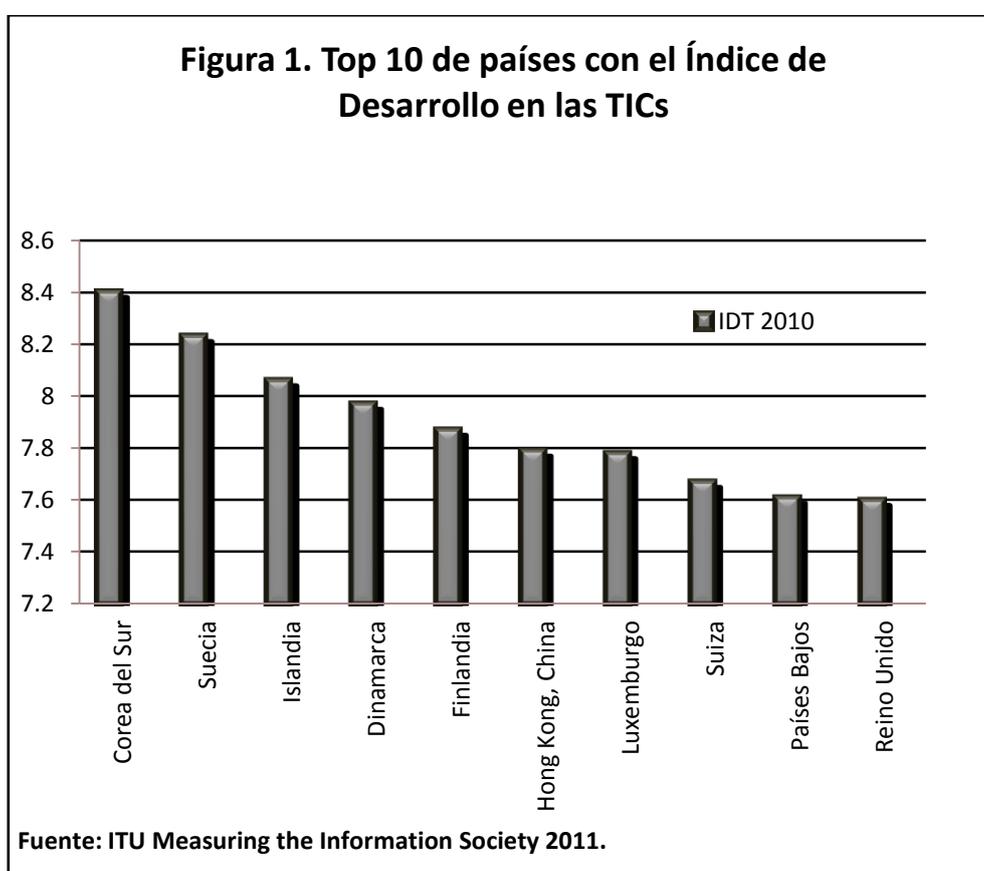
- Cobertura de banda ancha, mientras menos sean las personas sin acceso a esta, menor será su capacidad de uso de tecnologías, pero sobre todo, el país es quien está recibiendo los beneficios del comercio de este servicio, el cual puede ser explotado en el territorio local como en el extranjero.
- Adopción de las TICs en la Pequeña y Mediana Empresa, esto le dará a esas pequeñas empresas el valor comercial que deben de tener ya que podrán competir no sólo en producción sino que ampliarán su capacidad para cerrar tratos, así como para atraer y mantener nuevos clientes.
- Especialización en las TIC, de nada sirve contar con la tecnología si no se sabe cómo utilizarla, y sobre todo producirlas. Ese fue también un punto fuerte de Corea del Sur, decidió especializar a muchas promesas científicas en las capitales de la tecnología, de esta manera podrían copiar, adecuar a las necesidades de su país y posteriormente producirlas.

Tomando en cuenta las ventajas y riesgos de estos dos factores, Corea optó por un plan integral que redujera poco a poco la brecha y aumentar el paradigma de manera que pudiera satisfacer las necesidades nacionales y casi al mismo tiempo las del exterior, siendo este tal vez uno de sus grandes aciertos.

²⁵ Se debe considerar que esta brecha es aún más drástica que la económica puesto que a medida que se agrande, la brecha económica hará lo mismo por cuestiones industriales. Con la falta de producción, un país cuenta solamente con actividades primarias y terciarias, sin duda un sinónimo de debilidad en su economía.

1.2 Principales países de la industria de las TICs.

Para ubicar con mayor facilidad los países con la menor brecha tecnológica, la Unión Internacional de Telecomunicaciones usa el Índice de Desarrollo en la Industria de Telecomunicaciones, en donde se toman en cuenta 11 indicadores como el acceso a las TIC's, su uso, el conocimiento para usarlas, número de usuarios de internet y los niveles de alfabetismo; en 154 países.



Tomado de: International Telecommunication Union. ITU Statistics. Top Ten Countries: ITU ITC Development Index. [En línea] <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Benchmarking_IDI2010_dev_top10.xls> [citado en: Mayo del 2012].²⁶

²⁶ Para fines de esta investigación, sólo se tomarán a los primeros 5 países Europeos (Suecia, Islandia, Dinamarca, Finlandia y Luxemburgo) para el análisis comparativo con Japón, China y Corea del Sur; con lo cual podremos entender mejor la posición de Corea en la industria de las TICs.

Tal como se puede apreciar en el cuadro anterior, sólo Corea del Sur y China (Hong Kong) son países asiáticos, pero todos forman parte de la clasificación de “Desarrollo Humano Muy Alto” en el ranking del Índice de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas,²⁷ con lo que surge una posible relación entre la industria de las TICs y el buen desarrollo de un país. También, como se puede comprobar en los reportes de la Unión Internacional de Telecomunicaciones de años anteriores, desde 2002 Corea del Sur ha mantenido su segunda posición o como hasta este reporte, ha subido hasta ser el primero de los mejores países en desarrollo de las TICs.

Para los fines de este apartado, se tomarán a los primeros 5 países europeos del ranking (Suecia, Islandia, Dinamarca, Finlandia y Luxemburgo), a China por ser del ranking el único país asiático, además de Corea, y porque representa a uno de los dos competidores comerciales del Este Asiático más importantes para Corea. El otro competidor es Japón, así que aunque se encuentra en la posición 13, también será incluido en el desarrollo del apartado.

1.2.1 Corea - IDT 1º

Su nombre oficial es República de Corea, está situada en el este de Asia, al sur de la península Coreana; al norte colinda con Corea del Norte y al sur tiene salida al mar de Japón y al Mar Amarillo. Su capital es Seúl y tiene un gobierno de tipo republicano.

²⁷ **Informe sobre Desarrollo Humano 2011.** Ed. Informes sobre el Desarrollo Humano. 2011. Obtenido de: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_ES_Table1.pdf Consultado por última vez en Mayo del 2012.

Luego de la Segunda Guerra Mundial la Península Coreana fue liberada de la invasión japonesa, sin embargo en el norte se instituyó un gobierno tipo comunista que dio paso a la República Democrática de Corea o Corea del Norte; y el sur adoptó un gobierno basado en la democracia, en donde nace Corea del Sur.

Económicamente, desde los años sesenta ha mantenido un estricto programa de crecimiento y desarrollo así como de integración internacional al grado de ser ahora una de las 20 economías más grandes del mundo. Las piezas clave para esto fueron la sustitución de importaciones, planes de ahorro, e inversión en la industria, infraestructura y PyMes. Sin embargo en este ascenso ha tenido dos importantes caídas:

En 1997-1998 la crisis asiática y en 2008-2009 con la crisis financiera mundial originada en Estados Unidos, en los dos casos la pronta respuesta y acción del gobierno lograron una pronta recuperación.²⁸

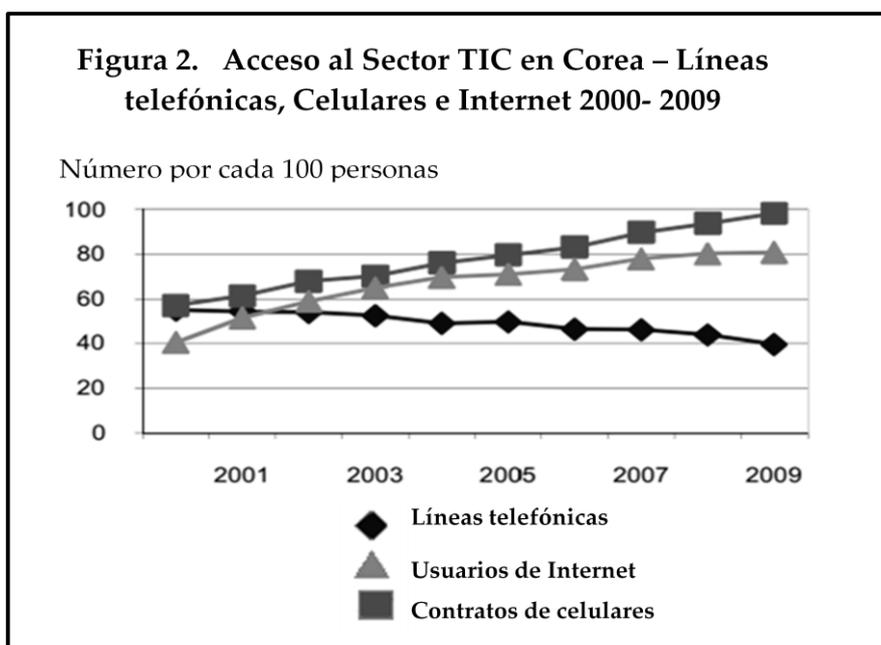
Según la Agencia Central de Inteligencia (CIA) en los Estados Unidos, estima que cuenta con un PIB de 1,549 trillones de dólares, (colocándose en el número 12 de las economías del mundo) que se compone 58.2% en servicios, 39.2% en industria, y 2.6% de agricultura. El PIB per cápita es de 31,700 dólares y la deuda pública equivale al 33.3% del PIB mientras que la deuda externa es de 397.3 billones de dólares.

Su buena situación económica se nota en el crecimiento del PIB que, junto con China, mostró cifras positivas en todo momento, incluso en el 2009 (año más

²⁸ Central Intelligence Agency . Publications (CIA) – The World Factbook. South Korea. [En línea] <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ks.html>> [citado el 20 de Mayo del 2012].

afectado por la crisis financiera del año anterior) tuvo un crecimiento de 0.3% y para el 2011 ya contaba con 3.6%²⁹

De su comercio exterior, 556.5 billones de dólares son generados por las exportaciones, que son en su mayoría semiconductores, equipo de telecomunicaciones, computadoras, motores de autos, barcos entre otros. Las importaciones son de 524.4 billones de dólares principalmente en la adquisición de maquinaria, material electrónico, petróleo, acero, equipo de transporte, químicos orgánicos y plásticos; demostrando así una balanza económica positiva.



Tomado de: Information and Communication (ICT) At-a-Glance Tables. – South Korea “Líneas telefónicas, Celulares e Internet”. [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/kor_ict.pdf> Consultado el 17 de Mayo del 2012

²⁹ The World Bank. Data. GDP growth (annual%). [En línea] <<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>> [Consultado en Abril del 2013]

El sector económico de telecomunicaciones, tiene excelencia en los servicios de larga distancia, servicio celular y de internet alrededor del mundo, infraestructura de telecomunicaciones, así como una rápida adaptación por parte de la población e instituciones a las nuevas tecnologías; además representa el 4.7 del PIB y 94% de la población está cubierta por la red de telecomunicación; existen 39.6 líneas telefónicas activas por cada 100 personas, 98.4 suscripciones a planes de celulares por cada 100 personas, y 33.5 suscripciones a internet por cada 100 personas.³⁰ De las exportaciones netas, el 22.6% son bienes de las TIC y 14.6 son de las importaciones

1.2.2 Suecia - IDT 2°

Su nombre oficial es Reino de Suecia y es una monarquía constitucional, con capital en Estocolmo; se encuentra en el norte de Europa, entre Finlandia y Noruega, con salida al mar Báltico y a tres golfos.

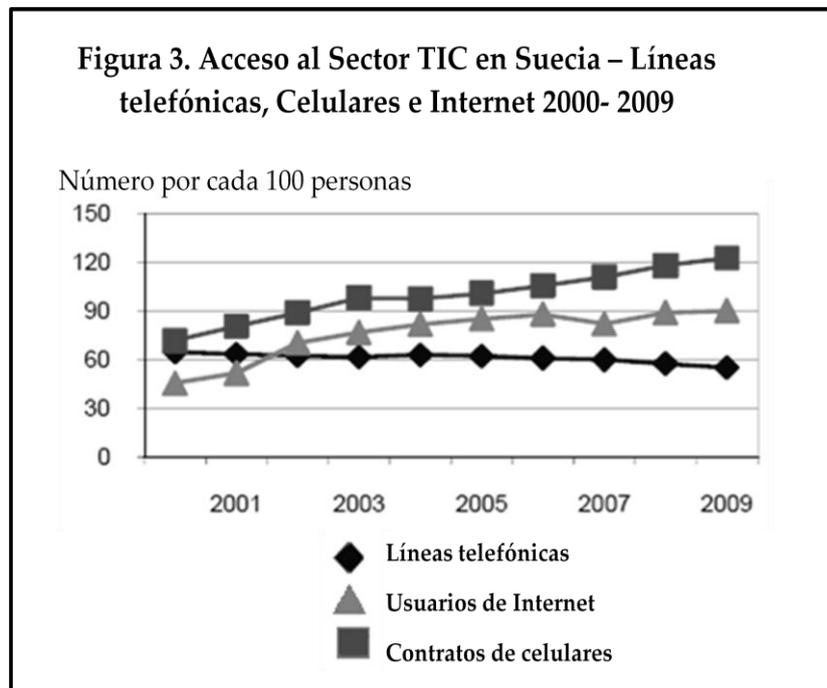
Goza de riqueza, alta tecnología y un alto nivel de vida. Sin embargo, sufrió dos fuertes golpes, uno en los años noventas por altas tasas de desempleo, y entre el año 2008 y 2009 por la crisis mundial, que supo superarlas con éxito. Después del 2008 las estrategias económicas eran incrementar en número de empleos y el papel del estado en la economía; además de fortalecer las exportaciones.

Como resultado de ello presenta un Producto Interno Bruto (PIB) de 379.4 billones de dólares: el sector de los servicios representa el 71.3%, la industria 26.9% y la agricultura es solamente 1.8%. Desde el 2008, el PIB cayó a -0.6% -5%

³⁰ The World Bank. "Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – South Korea" [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/kor_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

en el 2009, 6.6% en el 2010 y 3.9% el siguiente año.³¹ Por otro lado, el PIB per cápita es de 40,600 dólares, con una población de 9,103,788 habitantes; que la posiciona en la posición 34 en todo el mundo.³²

En cuanto a su comercio internacional, Suecia tiene ganancias por exportaciones de 204.2 billones de dólares, y gastos de 187.4 billones de dólares en importaciones, sin embargo cuenta con una deuda externa de 1.016 trillones de dólares.



Tomado de: Information and Communication (ICT) At-a-Glance Tables. – Sweden “Líneas telefónicas, Celulares e Internet.” [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/swe_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012]

³¹ The World Bank, Op.cit., < <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>>[Consultado en Abril del 2013]

³² Central intelligence Agency . Publications (CIA) – “The World Factbook. Sweden.” [En línea] <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sw.html>> [Conslutado el 20 de Mayo del 2012].

Las TICs significan el 2.7% del PIB, 10% de los bienes exportados, y 11.5% de los importados, lo cual no le ha afectado para contar con una infraestructura de telecomunicaciones altamente desarrollada que brinda cobertura de telecomunicaciones al 98% de la población. Además, es clara la adquisición de estos bienes, pues por cada 100 habitantes hay 122.8 suscripciones a celulares, y 88.1 computadoras.³³

1.2.3 Islandia - IDT 3°

Está situada al norte de Europa, rodeada por el mar de Groenlandia y el Océano Atlántico. Su nombre oficial es República de Islandia y su capital es Reykjavik, con un gobierno de república constitucional. Tiene una población de 313,183 habitantes.

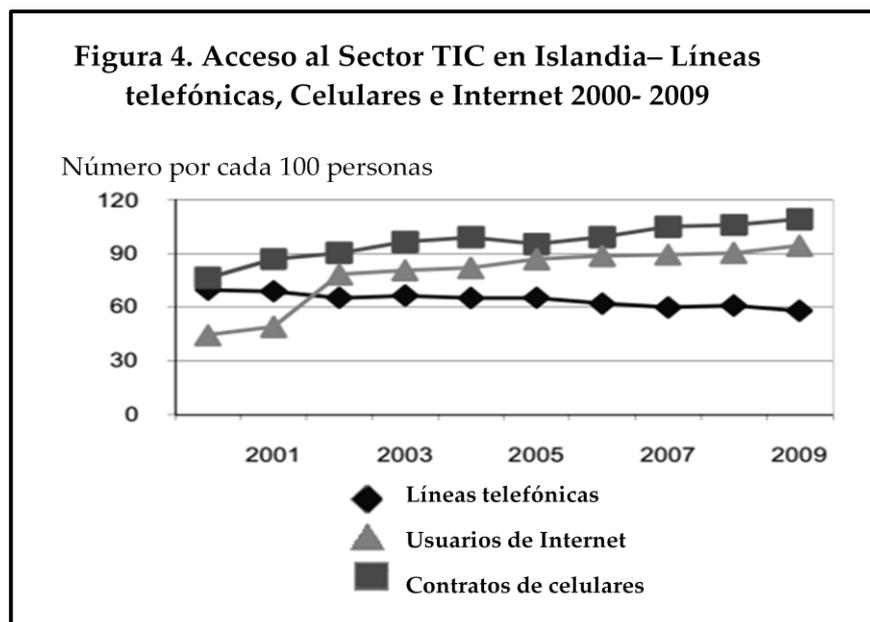
A partir de los años sesenta se comenzó a notar un crecimiento económico principalmente por la industria pesquera, pero en 1994 con la zona económica europea, la industria pudo diversificarse en gran medida. La industria pesquera sigue siendo la principal industria nacional, es casi un 12% del PIB, pero la diversificación permitió el desarrollo de la manufactura, y el sector de los servicios especialmente en la producción de software, biotecnología y turismo.

De hecho, los recursos de energía geotérmica, atrajo la inversión extranjera; el crecimiento económico despegó y se establecieron centros de alta tecnología y proyectos de este tipo, así como de energía verde; lo cual generó la rápida expansión financiera del país.

³³ The World Bank. "Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – Sweden" [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/swe_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

Islandia registra un PIB de de 12.33 billones de dólares y 38,000 dólares de PIB per cápita; 69% del PIB pertenece al sector de los servicios, 24.8% es de la industria y 5.4% de agricultura. ³⁴ Mientras que, en el 2009, luego de la crisis financiera en el mundo, registraba un crecimiento del PIB de -6.6%, 2 años después registró números positivos con 2.6%.³⁵

En su comercio internacional, genera ganancias de 5.3 billones de dólares (40% de sus ventas al exterior son de productos de pesca), aluminio, productos de origen animal, otros y gastos de 4.495 billones de dólares en importaciones. Además, su deuda pública es del 130.1% del PIB, y la deuda externa es de 124.5 billones de dólares.



Tomado de: Information and Communication (ICT) At- a – Glance Tables. – Iceland “Líneas telefónicas, Celulares e Internet.” [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/isl_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

³⁴ Central intelligence Agency . Publications (CIA) – “The World Factbook. Iceland”. [En línea] <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ic.html>> [Conslutado el 20 de Mayo del 2012].

³⁵ The World Bank, Op.cit.,< <http://data.worldbank.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>>[Consultado en Abril del 2013]

Islandia cuenta con una infraestructura de telecomunicaciones moderna y completamente digital, fibra óptica, altamente competitiva en el mundo. El sector de telecomunicaciones representa el 2.9% del PIB con 99% de la población cubierta por la red celular. De hecho, hay 58 líneas telefónicas por cada 100 personas. 109.4 inscripciones a celulares y 35.5 de conexión a internet por cada 100 personas. Para las exportaciones de este país, el sector TIC representa el 0.4% y 4.8% de las importaciones.³⁶

1.2.4 Dinamarca - IDT 4º

Es una monarquía constitucional con capital en Copenhague y su nombre oficial es Reino de Dinamarca. Se sitúa al norte de Europa, al sur colinda con Alemania y al norte con el mar Báltico y el Mar del Norte, además tiene 3 islas dentro de su territorio. Tiene una población de 5,543,453 habitantes.

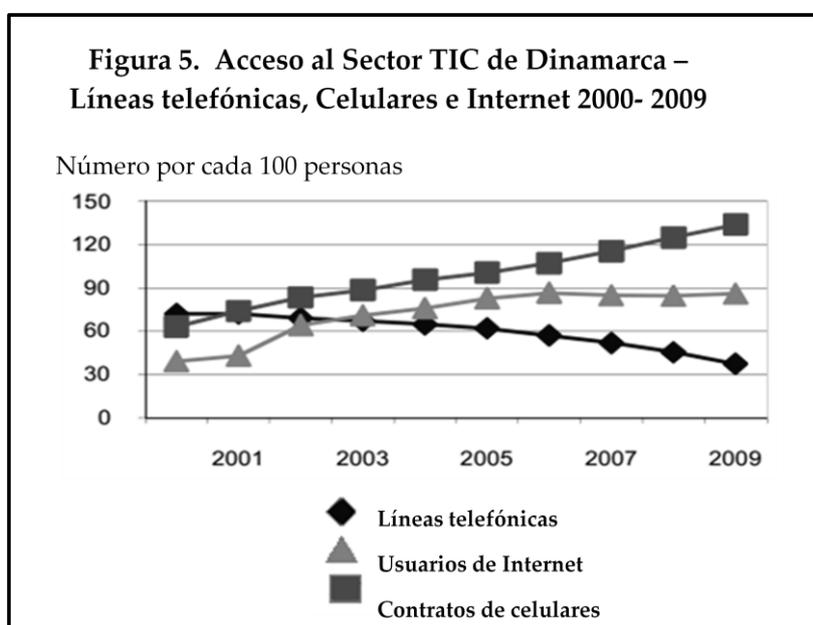
Dinamarca es una economía moderna y liberal que se distingue por la repartición equitativa del ingreso, factor importante para situarlo entre los países con mejor nivel de vida. Del 2007 al 2011, la economía cayó con pequeñas recuperaciones y para el 2012 se esperan mayores estímulos financieros que sigan activando la economía.

Registra un PIB de de 206.8 billones de dólares y 40,200 dólares per cápita. El 76.4% de ese producto es del sector de los servicios, 19.1% de la industria y 4.5% de la agricultura; además de tener un crecimiento de alrededor de 1.5% aún

³⁶ The World Bank. "Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – Denmark " [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/dnk_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

cuando como resultado de la crisis del 2008 tuvo un decrecimiento de 5.7%.³⁷ En el caso de la deuda pública, representa 46.5% del PIB, mientras que la deuda externa es de 626.9 billones de dólares.

Las exportaciones generan 111.1 billones de dólares con maquinaria, carne, pescado, farmacéuticos y otros; mientras que se gasta 96.88 billones de dólares en la importación principalmente de maquinaria, materia prima, químicos, alimentos y otros.³⁸



Tomado de: Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – Denmark “Líneas telefónicas, Celulares e Internet.” [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/dnk_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

³⁷ The World Bank, Op.cit.,< <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>>[Consultado en Abril del 2013]

³⁸ Central intelligence Agency . Publications (CIA) – “The World Factbook. Denmark”. [En línea] <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/da.html>> [Consultado el 20 de Mayo del 2012].

En cuanto a la infraestructura de telecomunicaciones, Dinamarca se encuentra entre las economías más desarrolladas y avanzadas: 37.3 líneas telefónicas por cada 100 personas, 133.9 de suscripciones a celulares por cada 100 personas, y 39.1 a internet, también por cada 100 personas. El 2.4% del PIB es de este sector de telecomunicaciones.³⁹

1.2.5 Finlandia - IDT 5°

Su nombre oficial es República de Finlandia y su capital es Helsinki. Está situada al norte de Europa y colinda con el mar Báltico, el Golfo de Botnia y el de Finlandia, además de Suecia y Rusia; tiene 5,262,930 habitantes.

Actualmente maneja una economía de exportaciones dirigidas, y totalmente industrializada y competitiva en la manufactura especialmente en la madera, metales, ingeniería, telecomunicaciones y electrónica; de hecho tiene gran éxito en la exportación de celulares por su alta tecnología en la producción.

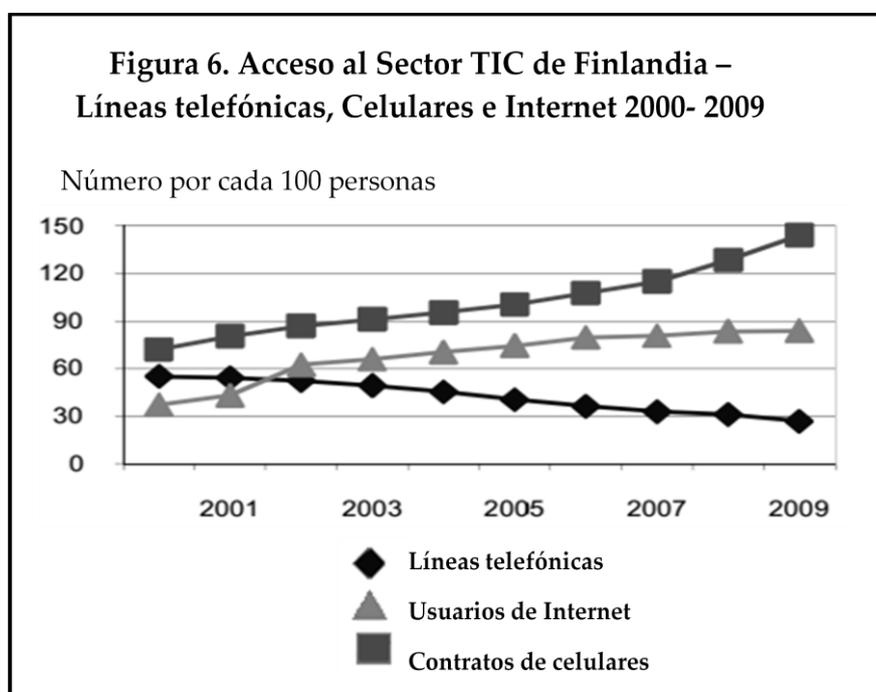
En el 2009 sufrió de una caída en las exportaciones y en la demanda doméstica, de hecho fue de las economías que más sufrió en Europa, afortunadamente, en el 2010 las exportaciones se recuperaron y el consumo doméstico comenzó el crecimiento económico. En este año, lo apremiante es no regresar a la crisis económica.

Finlandia tiene un PIB de 196.7 billones de dólares, que se compone de 67.8% en el sector de servicios, 29.2% industria y 3% agricultura; 38,300 dólares son PIB per cápita. La deuda pública es de 49% del PIB, mientras que la deuda externa

³⁹ The World Bank. "Information and Communication (ICT) At- a – Glance Tables. – Denmark" [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/dnk_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

es de 557 billones de dólares. Del grupo de países tomado para esta investigación, Finlandia fue el que registró el menor crecimiento en el 2009, luego de la crisis financiera, con -8.5%; pero para el año 2011 ya eran números positivos de 1.15%.⁴⁰

Las exportaciones dan ganancias de 85.4 billones de dólares en equipo eléctrico y óptico, maquinaria, papel, químicos y otros. Los gastos de importaciones son 80.79 billones de dólares en alimentos, productos derivados del petróleo, electrónicos, químicos y otros.⁴¹



Tomado de: Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – Finland “Líneas telefónicas, Celulares e Internet”. [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/fin_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

⁴⁰ The World Bank, Op.cit.,< <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>>[Consultado en Abril del 2013]

⁴¹ Central Intelligence Agency . Publications (CIA) – “The World Factbook. Finland”. [En línea] <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/fi.html> > [Consultado el 20 de Mayo del 2012].

En el sector de telecomunicaciones, Finlandia cuenta con fibra óptica y toda la población está cubierta por la red celular; existen 26 líneas telefónicas por cada 100 personas, 144.2 suscripciones a celulares y 26.8 suscripciones de internet por cada 100 personas. El sector de telecomunicaciones representa el 2.3% del PIB mientras la industria TIC es el 12.6% de las exportaciones netas, y 11.3% de las importaciones netas.⁴²

1.2.6 China - IDT 6⁴³

La República Popular de China tiene como capital a Beijing, y es un gobierno de Estado comunista. Se encuentra en el este de Asia, tiene salida al mar Amarillo, a la Bahía Coreana, al mar del este de China y al mar del sur de China; además colinda con Corea del Norte, Rusia, Mongolia, Kazajistán, Kirgistán, Tadjikistán, Afganistán, Pakistán, India, Nepal, Bután, Myanmar, Laos y Vietnam. Sin olvidar que tiene la mayor cantidad de habitantes del mundo: 1,343,239,923.

China es una república popular desde los años de la Segunda Guerra Mundial, y no fue hasta 1978 cuando Deng Xiaoping dirigió la mirada nacional al desarrollo económico, el cual fue y sigue siendo acelerado, incluso en el año 2010 se convirtió en el mayor exportador del mundo; este crecimiento comienza a hacerse presente también en el nivel de vida, que mejora poco a poco.

Una de las claves de los grandes aciertos, es que las reformas liberales fueron acatadas de forma gradual, pero sigue habiendo retos económicos a superar,

⁴² The World Bank. "Information and Communication (ICT) At-a-Glance Tables. – Finland" [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/fin_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

⁴³ Nota: Para los fines de esta investigación, China no tendrá las divisiones de Hong Kong ni Macau, de hecho éstas serán tomadas como un sinónimo de China pues forman parte de su territorio.

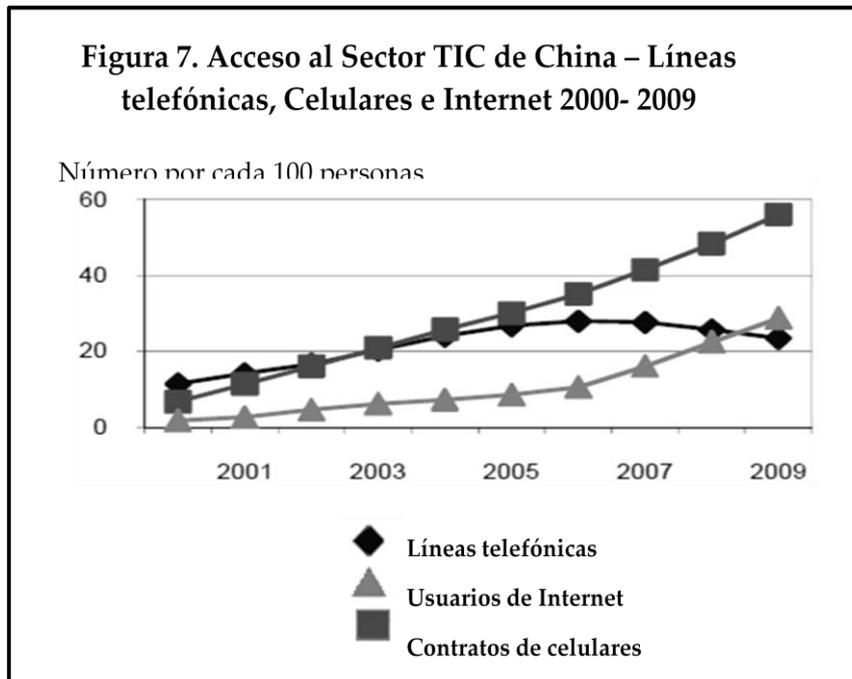
especialmente homogeneizar el desarrollo económico y social en todas las provincias.

El PIB de esta nación oscila en los 11.29 trillones de dólares, y el per cápita en 8,400 dólares. Está conformado por 46.8% del sector de servicios, 43.1% de la industria, y 10.1% de Agricultura. Además cuenta con una deuda pública equivalente al 43.5% del PIB y una deuda externa de 647.2 billones de dólares. Además, China cuenta con uno de los mayores crecimientos del PIB en el mundo, pues maneja porcentaje de entre 9% y 10%; incluso durante y después de la crisis financiera del 2008, siempre registró números positivos.⁴⁴

En cuanto al comercio exterior, las exportaciones ascienden a 1.898 trillones de dólares por venta de maquinaria, textiles y otros. Mientras que las importaciones generan gastos de 1.743 trillones de dólares por adquisición de maquinaria eléctrica, gasolina, químicos y otros.⁴⁵

⁴⁴ The World Bank, Op.cit., < <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>> [Consultado en Abril del 2013]

⁴⁵ Central Intelligence Agency . Publications (CIA) – The World Factbook. China. [En línea] <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html> > [Consultado el 20 de Mayo del 2012].



Tomado de: Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – China “Líneas telefónicas, Celulares e Internet”. [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/chn_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

Con respecto al sector de las telecomunicaciones, cuenta con fibra óptica y las suscripciones a internet y celulares han aumentado considerablemente en la última década. El 97% de la población goza de la cobertura de la red celular, además de que hay 23.6 líneas telefónicas activas por cada 100 personas, 56.2 suscripciones a celulares y 11.4 a internet por cada 100 personas.

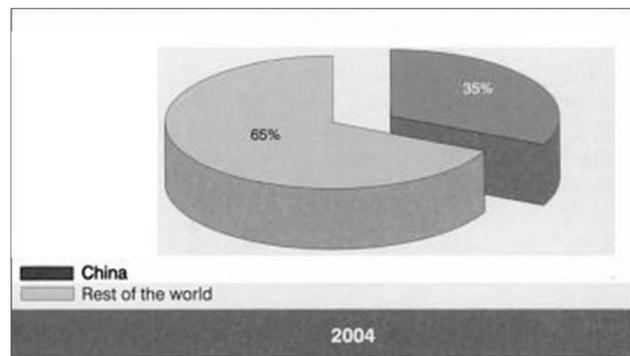
En el comercio externo de los productos de TIC, de las exportaciones totales, 29.5% pertenecen a este sector, y 24% de las importaciones totales son TIC, demostrando de esta manera, más que su gran población, que China está en un auge tecnológico como nunca en los últimos 50 años.⁴⁶

⁴⁶ The World Bank. “Information and Communication (ICT) At- a – Glance Tables. – China ” [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/chn_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

La importancia de las TICs para China es, que por medio de estas el mundo ha vuelto a entablar relación con ella, de hecho, la proyección no es solamente económica sino también cultural. Además, el crecimiento que resulta de estas ayuda a sostener su nueva imagen como un país interesado en salvaguardar la paz mundial así como su dedicación en la cooperación internacional⁴⁷.

A diferencia de Japón, el punto fuerte de China es la producción de artículos de las TICs pero no es precisamente en excelencia ni en innovación, y a pesar de ello, 7.5% del PIB son de la Industria de la Información; también la tasa de empleo se ha visto beneficiada con este rubro pues, se emplea la tercera parte de la población mundial en las TICs:

Figura 8. Porcentaje de personas empleadas en la industria electrónica china en el 2004



Tomado de: "China's Information and Communication Technology Revolution. Social Changes and State Responses", Edited by Xiaoling Zhang and Yongnian Zheng, Ed. Routledge – China policy Series, USA, 2009, p.124.

Una estrategia China es mantener los bajos costos de producción en esta industria y vender al "mayoreo" o con un certificado de calidad que aumentará el valor agregado del artefacto. Otra estrategia es producir los componentes

⁴⁷ Zhang and Zheng. "China's Information and Communication Technology Revolution: Social Changes and State Responses" Estados Unidos. Ed.Routledge. 2009. P.12.

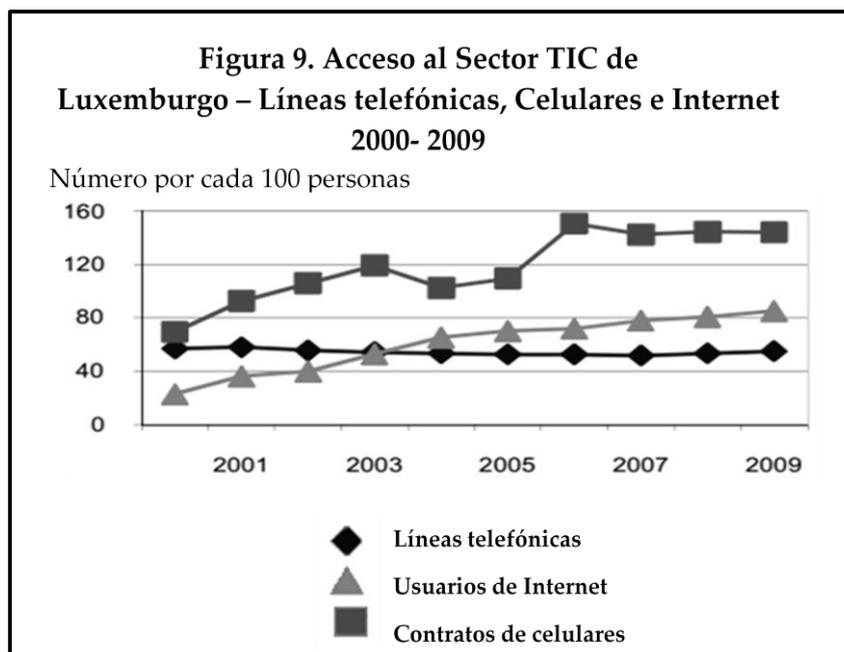
electrónicos y exportarlos, o también puede importarlos componentes, ensamblarlos y venderlo como tecnología China.

1.2.7 Luxemburgo - IDT 7°

Situado en el Oeste de Europa, entre Francia, Alemania y Bélgica, el Gran Ducado de Luxemburgo con su capital homónima, fue fundado en 963 y obtuvo su independencia en 1867, sin embargo fue tomada en las dos Guerras Mundiales, pero al obtener libertad de su territorio comenzó a unirse a varios grupos internacionales.

Es una economía pequeña pero con grandes ingresos y bastante estabilidad, goza además de crecimiento, inflación mínima al igual que el desempleo; de hecho, Luxemburgo disminuyó 3.6% en la crisis del 2008, y fue de las economías europeas menos afectadas. Tiene un PIB de 43,55 billones de dólares y el per cápita es de 84,700 dólares con una población de 509, 074 habitantes. La deuda pública equivale a 20.4% del PIB, y la deuda externa asciende a 2,146 trillones de dólares. Esta buena situación también se demostró con los porcentajes del crecimiento del PIB, en el 2009 tuvo una caída a -4.1% (solamente Corea Y China tuvieron mayores crecimientos ese año), y para el año 2011 ya tenía un porcentaje de 1.7%.⁴⁸

⁴⁸ The World Bank, Op.cit.,< <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>> [Consultado en Abril del 2013]



Tomado de: Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – Luxembourg “Líneas telefónicas, Celulares e Internet”. [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/lux_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

En cuanto al comercio exterior, las exportaciones generan ganancias de 19,5 billones de dólares por la venta de maquinaria, productos de acero, químicos, productos de hule y otros. Mientras que las importaciones generan gastos de 27.85 billones de dólares en adquisición de minerales, alimentos y otros.⁴⁹

El sector de telecomunicaciones genera 1.3% del PIB total, y existen 55 líneas telefónicas activas por cada 100 personas, 144.4 suscripciones de celulares por cada 100 personas, y 31.9 a internet por cada 100 personas. Luxemburgo posee una infraestructura de telecomunicaciones desarrollada, automatizada y eficiente. Por otra parte, 4.8 % de las exportaciones pertenecen al sector TIC, al igual que 5.7% de las importaciones.⁵⁰

⁴⁹ Central Intelligence Agency . Publications (CIA) – The World Factbook. Luxembourg. [En línea] <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/lu.html>> [Consultado el 20 de Mayo del 2012].

⁵⁰ The World Bank. “Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – Luxembourg ” [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/lux_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

1.2.8 Japón

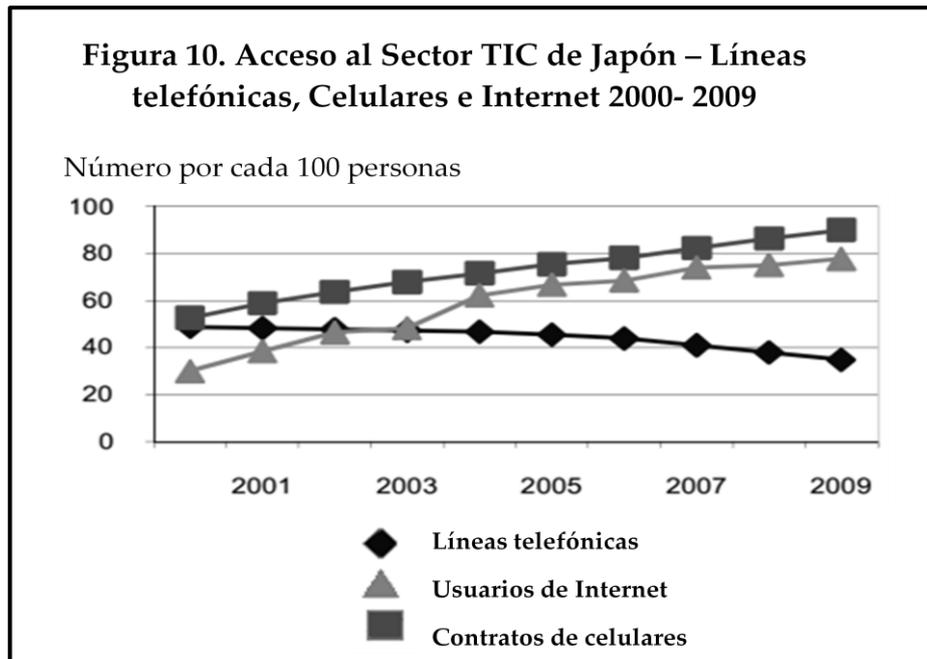
Como antes se mencionó, aunque Japón no se encuentra entre los primeros lugares del Índice de Desarrollo en la Industria de Telecomunicaciones; sí es el pionero en el desarrollo tecnológico asiático. Incluso estando en crisis económica desde hace 20 años, sigue siendo uno de los principales países tecnológicos; por ello, es incluido en este apartado.

Japón está situado en el este de Asia, entre el Océano Pacífico y el Mar de Japón; su capital es Tokio y cuenta con 127,268,088 habitantes. Tiene un PIB de 4,389 trillones de dólares, compuesto 74.6% por el sector de servicios, 24% por la industria y 1.4% por la agricultura; lo cual da un PIB per cápita de 34,308 dólares. Su deuda pública equivale a 208.2% del PIB y la deuda externa es de 2,719 trillones de dólares. Sus exportaciones generan 800,8 billones de dólares por el comercio de motores de vehículos, semiconductores, productos de hierro y acero, materiales plásticos y otros. Pero gastos de 794.4 billones de dólares por la importación de petróleo, gas natural, ropa, semiconductores, carbón, otros.⁵¹

Sin embargo, la situación económica de Japón no es tan buena como solía ser tal como lo muestra un bajo, o nulo, crecimiento del PIB en los últimos años de la primera década de este siglo; pues en el 2008 ya mostraba un crecimiento negativo de -1.0% que siguió cayendo a -5.5% en el 2009, y aunque el siguiente año creció el PIB a 4.4%, en el 2011 volvió a los números rojos con -0.7%.⁵²

⁵¹ Central Intelligence Agency . Publications (CIA) – “The World Factbook. Japan.” [En línea] <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ja.html>> [Consultado el 20 de Mayo del 2012].

⁵² The World Bank, Op.cit.,< <http://data.worldbank.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>>[Consultado en Abril del 2013]



Tomado de: Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – Japan “Líneas telefónicas, Celulares e Internet”. [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/jpn_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

Por otro lado, 3.1% del PIB pertenece al sector de las telecomunicaciones, gracias a lo cual el 100% de la población tiene cobertura de red en celulares, y hay 34.8 líneas telefónicas activas, 90.1 suscripciones a celulares y 26.5 a internet por cada 100 habitantes. Además, 14.7% de las exportaciones son de productos de las TICs, y 12% en importaciones.⁵³

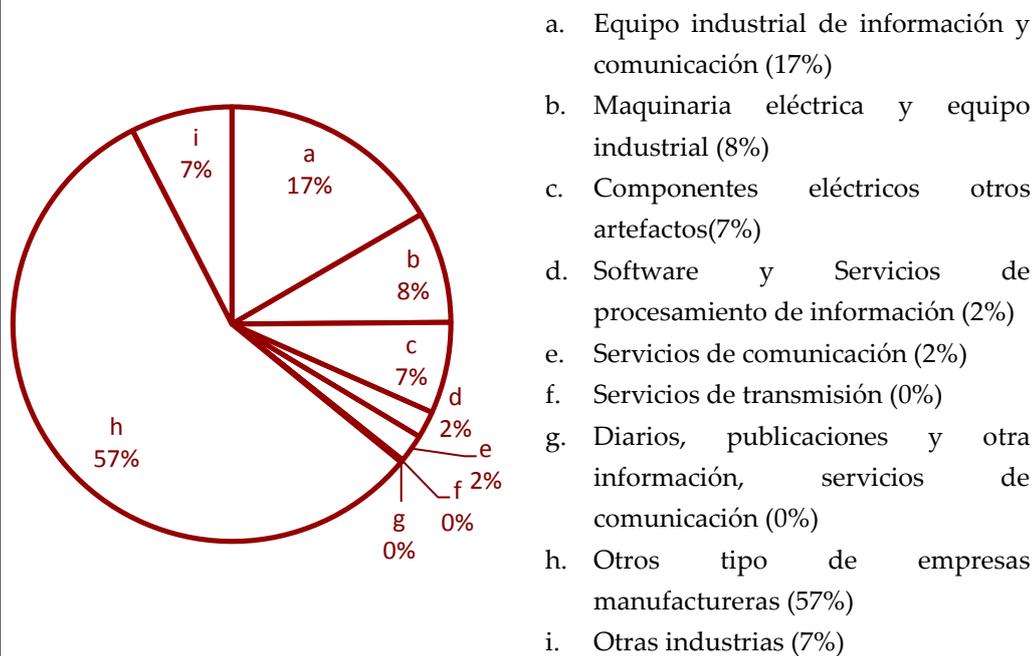
En las últimas décadas el desarrollo de las TICs ha sido un pilar en la economía Japonesa, de hecho se le atribuye el 40% del crecimiento económico de Japón, especialmente por su excelencia en tecnologías elementales en contenidos visuales, de televisión, y aparatos de uso cotidiano.

⁵³ The World Bank. “Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – Japan ” [En línea] <http://devdata.worldbank.org/ict/jpn_ict.pdf> [Consultado el 17 de Mayo del 2012].

Japón fue el primero de los asiáticos en aportar de manera significativa en el rubro de las TICs, pero una de las acciones más importantes de los últimos años fue la “Nueva Reforma Estratégica de las TICs” la cual pretendía formar una sociedad inmersa en las TICs que permitiera y ayudara a que Japón se convirtiera en el candidato favorito de la demanda TICs en el mundo para el 2010⁵⁴. Para ello, las compañías han invertido en investigación y desarrollo de la siguiente forma:

⁵⁴ Myoken, Yumiko. “Overview of ICT Strategy in Japan” Reino Unido. Ed. Science and Innovation Section. British Embassy. 2008. P.2 [En línea] <http://akgul.bilkent.edu.tr/Japan-Overview_of_ICT_Strategy.pdf> [Consultado en Mayo del 2012]

Figura 11. Porcentaje de inversión de las empresas Japonesas en Investigación y Desarrollo de las TIC's



Obtenido de: "Overview of ICT Strategy in Japan ", Yunkio Myoken, Ed. Science and Innovation Section British Embassy. UK, 2008, p.3

Japón goza de ventajas como tecnologías de transmisión, de audio y de imagen; tiene procesos integrados, tecnologías para el medio ambiente, dominio del "know-how" en el desarrollo e innovación tecnológica. Sin embargo no cuentan con originalidad en artefactos, programas y nuevos conceptos tecnológicos. Es decir, Japón cuenta con la excelencia tecnológica del mundo, pero no con la innovación.

Gracias a los índices antes mostrados, se puede relacionar directamente al IDT con el IDH, y por tanto con el crecimiento económico sostenido así como con la alta capacidad de recuperación en una crisis económica. Y, a excepción de China, todos los otros países están usando la tecnología para una mejor situación ambiental. La tecnología y las TICs, son ya un buen indicio para el desarrollo económico, social y político de un país en (y con) el mundo.

CAPÍTULO II

ELEMENTOS UTILIZADOS POR EL GOBIERNO COREANO PARA EL DESARROLLO NACIONAL

1960- 2008

Al Sur de Rusia y al Sureste de China se encuentra la península Coreana que, desde del 10 de Mayo de 1948, se dividió en la República Democrática de Corea al Norte y la República de Corea al Sur. La separación fue delimitada según el paralelo 38.⁵⁵ Identificada como el “Milagro del Río Han”, que se refiere al auge económico y social de Corea del Sur en la década de los sesentas luego de ser uno de los países agricultores más pobres del mundo.

Figura 12. Datos Básicos (Información del 2010)

Nombre	República de Corea
Capital	Seúl
Habitantes	48,87 millones
Moneda	Won 1USD = 1,156.3 won (2010)
Expectativa de vida (2009)	Hombres 77 años, Mujeres 83 años
PIB:	1,014 billones de dólares
Índice per Cápita	20,759 dólares
Reserva de divisas	201,2 mil millones de dólares
Exportaciones	441,5 billones de dólares
Importaciones	400,6 billones de dólares
Mayor producción industrial	Semiconductores, automóviles, barcos, productos electrónicos, telecomunicaciones, acero y químicos.

Datos tomados de: Gateway to Korea “Facts about Korea” [En línea] <<http://www.korea.net/AboutKorea/Korea-at-a-Glance/Facts-about-Korea>> [citado el uno de Septiembre del 2012]

⁵⁵ “Datos sobre Corea”, Ed. Servicio Exterior de Información de Corea., Edición 2010, Seúl, República de Corea. 2010. p.14

Corea del Sur representa el 45% de la península con 100,032 Km², y tiene salidas a dos mares, al oeste con el Mar Amarillo, al Este con el Mar del Este. Y en el sur tiene salida al estrecho de Corea.

Los primeros vestigios de Corea como nación pueden remontarse al año 2,333 a.C., cuando se estableció el primer reino coreano, el reino Gojoseon, el cual aproximadamente para el año 37 a.C. se comenzó a dividir en 4 estados. El primero fue Goguryeo (estaba en el norte y era el imperio más grande), posteriormente fue Baekje (era un estado aristocrático cerca de Seúl).

A pesar de ser los reinos más fuertes, el tercer reino, Silla, (al ser el más alejado de China) se convirtió en un reino con diversidad de tribus pero con una misma fuerza militar así como práctica religiosa; y por último, Gaya, el más pequeño; se desarrolló al sur del territorio actual de Corea (entre Baekje y Silla) era como un estilo de confederación de varios grupos y pueblos.

La primera dinastía fue la Goryeo establecida por el siglo X d.C. y se destacó por el impulso cultural y sobre todo religioso, además de contar con el primer linotipo movable de metal para plasmar el canon budista. Posteriormente, se establece en el año 1392 la dinastía Joseon que, gracias a la adopción de la filosofía confuciana, desarrolló la cultura (especialmente la creación del alfabeto coreano *Hangeul*), un sistema político estable y próspero.

Además se dio por primera vez un sistema jurídico y la creación del Código Nacional. Se hizo una Biblioteca Real, y su poder militar fue demostrado al repeler la primera invasión japonesa en 1592. Con todo, el gran desatino fue olvidarse del impulso agrícola e industrial que afectó su desarrollo económico y por tanto militar.

En 1910, Japón invadió por segunda vez Corea, esta vez con éxito, incluso durante el movimiento de independencia coreano del 1 de marzo de 1919. Esta situación permaneció de esta forma hasta 1945 que Japón fue derrotado por los Aliados y tuvo que retirarse de la península. Sin embargo, al estar ahora ocupados al norte por influencias comunistas y al sur por capitalistas, no pudieron efectuarse elecciones que satisficieran a las dos partes.

De este modo, en 1948 la Comisión de las Naciones Unidas promovió la primera celebración de elecciones presidenciales en la zona capitalista. Syngman Rhee se convirtió en el primer presidente de Corea del Sur, mientras que Kim Il-Sung, de Corea del Norte, hechos que marcaron definitivamente la división de Corea por el paralelo 38.

La paz fue cesada el 25 de Junio de 1950, cuando Corea del Norte comenzó una guerra de tres años con su vecino en el sur; el cese al fuego se firmó en julio de 1953. Desde ese momento, las tensiones en la frontera divisoria no han cesado, pero poco a poco los esfuerzos de reconciliación y cooperación han estado mucho más presentes.⁵⁶

2.1 La educación tecnológica como base del desarrollo tecnológico nacional.

Desde algunos años, el sistema de educación coreano ha sido un tema muy tocado en el mundo y es que en tan sólo 30 años cambiaron de ser un país de educación escasa a ser uno de los países con mejor nivel educativo en el mundo gracias a los programas con educación tecnológica implementados. Y si se toma

⁵⁶ Ed. Servicio Exterior de Información de Corea, Op.Cit, pp 26-35.

en cuenta que el sistema educativo que maneja es muy similar al de los demás países: 6 años de primaria, 3 de secundaria, 3 de secundaria superior (o preparatoria para nosotros) y de 3 a 6 años de licenciatura además de los años agregados por posgrados; a continuación se explicará cómo es que han llegado hasta esas posiciones de excelencia educativa.

Fue en 1880 cuando se instauró en el país una educación con “visión moderna”, y desde 1945 la primaria fue obligatoria. Luego de la Segunda Guerra Mundial, el sistema educativo de Corea tomó un nuevo rumbo, uno en el que se enfatizaba la identidad nacional así como el compromiso con la nación y la humanidad.⁵⁷

Poco después, con la división de Corea, el nuevo gobierno surcoreano puso a cargo de las directrices y financiamiento de la educación, fue el Ministerio de Educación y Desarrollo de Recursos Humanos, ahora Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, que su objetivo era “brindar educación comprensible y básica para desarrollar las habilidades y aptitudes (...) y la iniciativa propia para adaptarse a la era de la globalización e información”⁵⁸, por medio de:

- Perfeccionar el carácter individual de las personas.
- Desarrollar las habilidades para ser independientes.
- Adquirir el nivel de conocimiento de una sociedad democrática.
- Ser capaz de participar en la construcción de un estado democrático.
- Promover la prosperidad de Corea y el mundo.

⁵⁷ VIRGINIA TECH. DIGITAL LIBRARY AND ARCHIVES. Yi, Sangbong. “Technology Education in Korea: Curriculum and Challenges” p. 42. [En línea] < <http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/JOTS/Summer-Fall-1997/PDF/7-Yi.pdf> > [citado el 3 de Septiembre de 2012]

⁵⁸ UNITED NATIONS EDUCATIONAL SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION – INTERNATIONAL BUREAU OF EDUCATION. “World Data on Education. South Korea.” p.2. [En línea] <http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/Publications/WDE/2010/pdf-versions/Republic_of_Korea.pdf> [citado el 3 de Septiembre de 2012]

Estos objetivos estuvieron respaldados desde 1949 cuando se crea la Ley de Educación, la cual casi tres décadas después sufrió reformas hasta quedar de la siguiente forma⁵⁹:

- Ley Fundamental de Educación, encargada de la estructura, objetivos, y garantías educativas para cada ciudadano.
- Ley de Educación Primaria y Secundaria.
- Ley de Educación Superior, que incluye la secundaria superior y la universidad.

Otros ministerios como el de Finanzas y Economía, y el Ministerio del Trabajo; así como las instituciones educativas como Korean Educational Development Institute, Korean Institute of Curriculum and Evaluation, y National Institute of Lifelong Education están involucrados en la promoción, evaluación y mejoramiento de la educación coreana.

La clave del éxito fue la elaboración de los programas educativos; que son hechos por el Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología en conjunto con comités de educación, universidades, profesores, administradores y otros involucrados en la labor de educar.

Desde el año de 1969 se dieron a conocer los programas educativos de Educación Tecnológica (TE); fue el programa de secundaria el primero en incluir orientación vocacional y dentro de la educación tecnológica estaba el análisis de la industria y tecnología, y el cambio económico del país. Además se le agregó el desarrollo de las aptitudes de competencia de una sociedad de industrialización avanzada y de alta tecnología; y también se incluyeron

⁵⁹ UNITED NATIONS EDUCATIONAL SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION-INTERNATIONAL BUREAU OF EDUCATION. Op.Cit, p.3

materias relacionadas con la industria energética, del transporte, manufacturera y de construcción.⁶⁰

Los buenos resultados de estas medidas, pueden verse en el desarrollo económico, político y cultural del país, pero de forma más específica está la prueba “Programme for International Student Assessment” (PISA). Se trata de un estudio internacional hecho por la OCDE cada 3 años a alumnos de 15 años en el que se evalúa los sistemas de educación del mundo de más de 70 países, entre ellos Japón, Corea, China (Shanghai), Rusia, Alemania, México, Nueva Zelanda, Islandia, Francia, el Reino Unido, entre otros.⁶¹

Las habilidades de lectura, matemáticas, y ciencia son evaluadas en esta prueba en una escala de 0 a 100, pero de forma en la que se pueda medir la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos en las situaciones de la vida real.⁶² En la prueba del 2009 Corea tuvo los primeros lugares de los países miembros de la OCDE; en lectura obtuvieron 539 puntos, seguidos por países como Finlandia, Canadá, Nueva Zelanda y Japón. En Matemáticas también fue el primer lugar de los miembros de la OCDE con 546 puntos, y 538 en la prueba de ciencias.⁶³ Además de que para el 2009, el 99% de las personas entre 25 y 34

⁶⁰ Yi, Op. Cit, p 49.

⁶¹ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) – Programme for International Student Assessment (PISA) “Participating Countries / Economies” [En línea] <<http://www.oecd.org/pisa/participatingcountriseconomies/>> [citado el 3 de Septiembre del 2012]

⁶² Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) – Programme for International Student Assessment (PISA) “About PISA” [En línea] < <http://www.oecd.org/pisa/aboutpisa/> > [citado el 3 de Septiembre del 2012]

⁶³ U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION. NATIONAL CENTER FOR EDUCATION STATISTICS. “Highlight from PISA 2009: Performance of U.S. 15 year-old-students in Reading, Mathematics and Science Literacy in an International Context” [En línea] < <http://nces.ed.gov/pubs2011/2011004.pdf>> [citado el 3 de Septiembre de 2012]

años en Corea han terminado la secundaria superior, y 56% de las personas de entre 55-64 años también.⁶⁴

En cuanto a la familiaridad con la era digital los estudiantes de Corea, Australia y Nueva Zelanda son los mejores en la comprensión de lectura electrónica, mientras que alumnos de Austria Chile y Polonia son de los peores en este aspecto. Estos resultados, en el caso de Corea, también tiene que atribuirse al nuevo sistema educativo “Educación inteligente” que esencialmente es la digitalización de todos los libros y apuntes de todas las materias; sin olvidar la capacitación de todo el personal involucrado con la enseñanza en las tecnologías de este sistema.⁶⁵

Otro objetivo con este nuevo programa, es que la educación llegue a todas las personas de forma sencilla, disponible en todo lugar y en todo momento.

2.2 Desarrollo Tecnológico como base del desarrollo económico nacional

Desde el inicio del “Milagro del Río Han” Corea comprendió que el desarrollo científico y tecnológico era la clave para el desarrollo económico, por lo que invirtió en las promesas científicas para que aprendieran en el extranjero, crearon el Instituto de Ciencia y Tecnología de Corea (KIST) y el Ministerio de

⁶⁴ Signs of our Times – Graphics and signs of social trends. “OECD Education Rankings - 2011” [En línea] < <http://ourtimes.wordpress.com/2008/04/10/oecd-education-rankings/#science> > [citado el 3 de Septiembre del 2012]

⁶⁵ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) – Programme for International Student Assessment (PISA) “PISA in focus” [En línea] < <http://www.oecd.org/pisa/49442737.pdf> > [citado el 3 de Septiembre del 2012]

Ciencia y Tecnología (MOST), con el fin de que se aplicara en Corea lo aprendido y se innovaran los procesos y la maquinaria.

De hecho, en la actualidad la industria de las TICs representa el 30% de las exportaciones de Corea, y toda la sociedad, industria y mercados dependen de las mismas tecnologías. Desde el año 2008 se fundó el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, basado en tres metas tecnológicas implementadas desde 1990⁶⁶:

- Investigación de las ciencias básicas
- Asegurar recursos de investigación y desarrollo
- Expandir la cooperación internacional

En Corea, la tecnología debe ser entendida como parte de la vida cotidiana, y es que todo está involucrado con las tecnologías de la información, los productos relacionados con la industria de las TICs representan más del 30% del total de las exportaciones, tales como semiconductores y otros componentes centrales, computadoras, pantallas Plasma, LCD y LED, monitores, celulares, sistemas de sonidos y otros.

De hecho, el renombre de Corea como país proveedor de las TICs creció en la última década (2000-2010) por medio de la promoción al exterior y al interior del país. La primera promoción comenzó con el sistema tecnológico del que ya gozaba Corea en la celebración de la Copa del Mundo FIFA 2002 Japón Corea; además de el servicio de internet de alta velocidad WiBro (desarrollado en Corea) en los Juegos Olímpicos de Invierno Turín 2006, y el servicio DMB en la Copa del Mundo FIFA Alemania, en el mismo año.

⁶⁶ Ed. Servicio Exterior de Información de Corea, Op. Cit. p 101.

En cuanto a la promoción al interior del territorio nacional, fue con la introducción de servicios vanguardistas de las TICs, o mejor conocida como la estrategia “IT839” del Ministerio de Información y Comunicación; los servicios fueron⁶⁷:

- WiBro.
- Transmisión multimedia digital.
- Redes domésticas inteligentes en 10 millones de hogares.
- Telemática.⁶⁸
- Identificación de frecuencia de radio (RFID).⁶⁹
- Acceso Múltiple por División de Código de Banda Ancha (W-CDMA).⁷⁰
- TV digital Terrestre (DTV).
- Teléfonos y electrodomésticos con acceso a internet.

Estas tecnologías implementadas fueron las predecesoras de todo el sistema tecnológico vanguardista que tiene Corea actualmente, y lo que ha permitido gran parte de las ganancias para su economía.

⁶⁷ “Datos sobre Corea”, Ed. Servicio Exterior de Información de Corea., Edición 2006, Seúl, República de Corea. 2006. P.138.

⁶⁸ Es el término dado a la fusión de la Telecomunicación e Informática, que tiene como objeto de estudio a las TICs.

⁶⁹ Se refiere al sistema de almacenamiento y recuperación de información por medio de ondas radio, que usa dispositivos como etiquetas, tarjetas y otros.

⁷⁰ Es un sistema de comunicación en redes móviles que usa tecnología de interfaz de aire para la comunicación de alta calidad y el acceso a distintos servicios al mismo tiempo en el mismo aparato.

2.3 Estrategias gubernamentales de recuperación económica nacional (1961- 1990)

Luego de la ocupación japonesa en el siglo XX, y la guerra en Corea (1950-1953), el país se encontraba sumergido en la pobreza y atraso tecnológico. Para resolver estos problemas, la principal fuente de trabajo era la agricultura y el país no contaba con una industria que pudiera satisfacer las necesidades de la población; por lo que el presidente Park Chung Hee (1963 – 1979⁷¹) implementó, en un plan quinquenal, una serie de reformas y proyectos nacionales encaminados al desarrollo económico y posteriormente social de Corea.⁷²

Este crecimiento se divide en 4 periodos⁷³, los tres primeros son tal vez los más importantes dentro de los antecedentes económicos coreanos:

1. Antes de 1961. A finales de los años 50 se instalaron las primeras industrias de consumo de bienes no durables y así suprimir las importaciones.
2. 1962-1971. El desarrollo era prioridad, por lo que Corea pasó de la sustitución de importaciones a la promoción de exportaciones, que

⁷¹ Nacido en el año 1917, en el sureste de Corea, ha sido el presidente de pos-guerra en este país con más tiempo en el poder (16 años), que concluyó con su asesinato en Octubre 26 de 1979. Por dos años recibió entrenamiento militar en la Academia Militar de Tokio, en donde pudo familiarizarse con los programas de desarrollo económico japoneses, que más tarde servirían como modelo para los programas coreanos. Tiempo después también recibió entrenamiento militar en Fort Still en Oklahoma, Estados Unidos de América.

En Mayo de 1960, junto con otros militares, dio un golpe de estado q resultó en políticas centralistas y autocráticas encaminadas al control del flujo de capital así como la prohibición de la influencia del extranjero. La opinión internacional se refirió a él como comunista.

⁷² Thomas White. Global investment. "Emerging Market Spotlight. The Chaebols in South Korea: Spearheading Economic Growth." Ed. Thomas White International Ltd. 2010. [En línea] <<http://www.thomaswhite.com/pdf/emerging-markets-spotlight-korea-chaebols-november-10.pdf>> [Consultado en Septiembre del 2012]

⁷³ Ed. Por Prof. Silbert, Jaime. "La República de Corea hoy: Economía, Sociedad, Relaciones Internacionales." Ed.Comunicarte.Programa de Estudios Contemporáneos Coreanos y del Noreste Asiático. Argentina. 1997. Pp.37-38

llegaron a representar el 40% de la industria coreana. De esta forma también estaban manejando ya el mercado de las divisas.

3. 1972-1979. A pesar del debilitamiento de la promoción de exportaciones, resultado de el alza de salarios y la prohibición estadounidense de las importaciones textiles; se da el desarrollo de la industria pesada y química. Esta expansión buscaba sustituir las importaciones de bienes intermedios y de capital, así como favorecer a la industria pesada y petroquímica.
4. 1980-1990. La inflación se había elevado y las inversiones estaban en desequilibrio, por lo que el presidente Chung (1980) aplicó un plan quinquenal en conjunto con la liberalización económica, el papel del gobierno debía reducirse al máximo. Además, promovió la competencia en todos los sectores industriales.

La estrategia del presidente Park se basaba primeramente en el control estatal en:

- Pérdida de autonomía del Banco Central
- Nacionalización de la Banca Comercial
- Creación de bancos de fomento
- Creación de bancos especializados, de acuerdo al tipo de financiamiento y orientación que se requiriera
- Control de las tasas de interés
- Se comienza con los créditos dirigidos

Además de algunas restricciones al sistema financiero, lo que permitió que se estabilizara, impulsara acciones para el desarrollo financiero y el crecimiento

nacional. El segundo elemento de esta estrategia era el crecimiento económico⁷⁴ por medio de las exportaciones y de la cooperación del Estado con los conglomerados, también llamados “*Chaebol*”⁷⁵, que serán abordados a continuación.

2.4 *Chaebol*: El uso de la fórmula empresarial coreana como impulsor de la industria nacional

El presidente Park Chung Hee consideró que esta forma de empresa era la óptima para lograr un crecimiento económico acelerado, debido a la liquidez con la que contaban, así como por su característica de diversificación de negocios, y acumulación de ganancias⁷⁶; para promover las reformas económicas. Además, el gobierno les garantizaba un grado de participación en el mercado financiero podía ser de hasta el 50%, ambiente perfecto para el crecimiento de estas empresas.

“*Chaebol*” se refiere a grandes conglomerados multinacionales conformados por varias subsidiarias, orientados al sector de exportación industrial y que normalmente pertenecen a una sola familia, es decir, se convierten en una especie de monopolios familiares en los que el jefe de la familia está al frente del

⁷⁴ Había dos factores que ayudaron a lograr esta meta: 1. La mano de obra era extensa y bien calificada, y 2. Había un gran número de empresarios altamente capacitados, creativos y dispuestos a correr riesgos.

⁷⁵ Marchini Geneviève. “Sistema financiero y financiamiento del desarrollo de Corea del Sur.” Revista bimestral “Economía Informa” No.355. Ed. Facultad de Economía, Universidad Nacional Autónoma de México. México. 2008. Pp.60-61

⁷⁶ Los principales sectores industriales en los que el *Chaebol* se concentró fueron químico, maquinaria pesada, automovilística y acero. Dicha diversificación comercial les permitió penetrar en los mercados en un tiempo considerablemente corto.

grupo, mientras que los hijos se encargan de las corporaciones.⁷⁷ Sin embargo la estructura de pertenencia puede variar y simplemente ser un conjunto de accionistas, el único requisito es, según la Comisión de Comercio Justo Coreana “cualquier empresa puede ser considerada como *Chaebol* cuando el total de sus acciones llegue a 400 billones de won (aproximadamente \$533.0 millones de dólares).”⁷⁸

Con ello, el éxito de los *Chaebol* se puede resumir en tres puntos⁷⁹:

- Se diversificaron de acuerdo a los sectores industriales que fueran capaces de cubrir con éxito, siempre exigiéndose un poco más, pero bien plantados en su realidad.
- En cuestiones tecnológicas se trabajó duro para tener :
 - Capacidad de producción
 - Capacidad de inversión
 - Capacidad de innovación
- Asertividad en los movimientos financieros dentro del mercado y dentro de el mismo consorcio

La jerarquización de los *Chaebol* según su control sobre la economía coreana depende de la magnitud de sus ventas así como de las corporaciones a su cargo⁸⁰. Los más importantes desde la década de los cincuenta son:

⁷⁷ Fu-Lai Yu, Tony. “Coordination and industrial Organization: South Korea’s Chaebols versus Taiwan’s Small Enterprises.” *The journal of the Korean Economy*, Voll II, No.2. 2000. Pg. 372. [En línea] <<http://www.akes.or.kr/akes/downfile/FLYu.pdf>>[Consultado en Septiembre del 2012]

⁷⁸ Chang, Chan Sup. And Chang, Nahn Joo. “The Korean Management System. Cultural, Political, Economic Foundations.” Ed.Quorum Book. London. 1994. Pg.60.

⁷⁹ “Korea Briefing 1997-1999. Challenges and Change at the Turn of the Century” Ed. Kongdam Oh East Gate. 2000. New York, USA.

⁸⁰ Para 1992 habían 78 Chaebols manejando 1,056 corporaciones, por ello, al estar tan presentes en la economía coreana es que son tan fuertes e importantes.

Figura 13 Los *Chaebols* más importantes de Corea 1950-2000

N°	Finales de 1950's	A mediados de 1960's	1974	1983	1990	1995	2000
1	Samsung	Samsung	Samsung	<i>Hyundai</i>	<i>Hyundai</i>	<i>Hyundai</i>	<i>Hyundai</i>
2	<i>Samho</i>	<i>Samho</i>	LG	Samsung	<i>Daewoo</i>	Samsung	Samsung
3	<i>Gaepung</i>	LG	<i>Hyundai</i>	<i>Daewoo</i>	Samsung	<i>Daewoo</i>	LG ⁸¹
4	<i>Daehan</i>	<i>Daehan</i>	<i>Hanjin</i>	LG	LG	LG	<i>SK</i>
5	LG	<i>Gaepung</i>	<i>Ssangyong</i>	<i>Ssangyong</i>	<i>Ssangyong</i>	<i>SK</i>	<i>Hanjin</i>
6	<i>Tongyang</i>	<i>Samyang</i>	<i>SK</i>	<i>SK</i>	<i>Hanjin</i>	<i>Ssangyong</i>	<i>Lotte</i>
7	<i>Keukdong</i>	<i>Ssangyong</i>	<i>Hanhwa</i>	<i>Hanhwa</i>	<i>SK</i>	<i>Hanjin</i>	<i>Daewoo</i>
8	<i>Hankook Glass</i>	<i>Hwashin</i>	<i>Daenong</i>	<i>Hanjin</i>	<i>Hanhwa</i>	<i>Kia</i>	<i>Kumho</i>
9	<i>Donglip</i>	<i>Panbon</i>	<i>Dong-Ah Const.</i>	<i>Kukje</i>	<i>Daelim</i>	<i>Hanhwa</i>	<i>Hanhwa</i>
10	<i>Taechang</i>	<i>Tongyang</i>	<i>HanlSyn. Textile</i>	<i>Daelim</i>	<i>Lotte</i>	<i>Lotte</i>	<i>Ssangyong</i>

Datos tomados de: Stephan Haggard, et al., (eds.), *Economic Crisis and Corporate Restructuring in Korea: Reforming the Chaebol* p. 41., [En línea] < <http://www.sjsu.edu/faculty/watkins/chaebol.htm> > [Citado el 17 de Mayo del 2011].

A partir de la primera década del siglo XXI, los 5 *Chaebol* más importantes son Hyundai, Samsung, Lucky- Goldstar (LG), Daewoo y Sunkyong (SK), y están diversificados hasta en 10 ramas industriales diferentes, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

⁸¹ Es importante notar, que incluso después de la crisis económica en 1997, Samsung aumentó sus ventas internacionales permitiendo que se mantuviera en el segundo lugar en la importancia de los *Chaebols*; mientras que LG aprovechó las desventajas de otros y subió un lugar en el ranking nacional.

Figura 14. Diversificación en Negocios de los 5 Chaebol más importantes de Corea

Industria	Hyundai	Samsung	LG	Daewoo	SK
Automovilística	*	*		*	
Aeroespacial	*	*		*	
Construcción	*	*	*	*	*
Electrónicos		*	*	*	
Servicios Financieros	*	*		*	
Maquinaria Pesada	*	*	*	*	
Refinación del Petróleo	*	*			*
Petroquímica	*	*	*		*
Semiconductor	*	*	*		
Construcción de Barcos	*	*		*	
Equipo de Telecomunicaciones	*	*	*	*	
Servicio de Telecomunicaciones				*	*

Fuente: "Corporate Governance and Finance in East Asia" Vol.II, Banco Asiático de Desarrollo, 2001. Tomado de "Emerging Market Spotlight, The Chaebols in South Korea: Spearheading Economic Growth" de Thomas White Global Investment, 2010; p.3. [En línea] <<http://www.thomaswhite.com/pdf/emerging-markets-spotlight-korea-chaebols-november-10.pdf>> [Consultado en Febrero del 2012]

Una de las utilidades de los *Chaebol* reside en que por medio de estos podían promover el sector industrial y de exportaciones, pero sobre todo, que a donde se muevan, es a donde la economía Coreana los seguirá.

Para lograrlo, se les otorgaron:

- Tasas de interés preferenciales
- Crédito generoso
- Preferencia sobre cualquier otra estructura empresarial
- Garantía de seguridad bancaria

Sin embargo, con el término del mandato de Park y la entrada de gobiernos liberales, se puso fin a la mayor parte de las antiguas reformas económicas y que incluso se trabajó para detener la expansión de los conglomerados, atraer fondos externos, y diversificar el financiamiento de los *Chaebol*.

Al explicar la estructura de un *Chaebol* y decir que es un conjunto de empresas, se llega a caer en el error de confundirlo con un Consorcio, lo cual no es muy importante para muchos estudios, sin embargo, para la comprensión del papel decisivo que juega esta formación empresarial, el *Chaebol* debe de ser diferenciado del consorcio de forma puntal y concreta.

Ya conocemos la definición esencial de un *Chaebol*, en cuanto a la definición de consorcio es la que sigue: "Entidad local, dotada de personalidad jurídica propia, con plena capacidad de obrar y económica, constituida por la asociación voluntaria de entidades locales de distinto orden, entre sí, o entidades locales con otros entes públicos, para la prestación de servicios de interés local en la esfera e competencia de los partícipes."⁸² Ahora veamos la comparación de características.

- Tienen similitudes en que la creación de este superior no significa que las empresas que los forman desaparezcan o pierdan su independencia financiera o jurídica, sin embargo
- mientras que los consorcios tienen personalidad jurídica propia, los *chaebol* no están constituidos jurídicamente de ninguna forma, es decir, las empresas que los forman sí, pero en ningún documento consta que se

⁸² ILMA. AYUNTAMIENTO DE COLINDRES. "Los consorcios como forma de colaboración" [En línea] <<http://www.colindres.es/cursosuc/curso1/pdf/mariaeugeniagomez.pdf>> [Consultado el 4 de Septiembre del 2012]

hayan unido para forma al *chaebol*, por tanto su relación es histórica, moral y financiera, pero no con las bases de la ley.⁸³

- Un consorcio tiene Junta General/ Consejo Rector y un Gerente; pero un Chaebol tiene una junta de accionistas que, aunque tienen un porcentaje de decisión, no existe como tal un órgano constituido. Además, la familia fundadora es quien toma las decisiones sobre el movimiento de capital, expansión de negocios, adquisición de subsidiarias, y otros; y sin embargo, esto no quiere decir que legalmente, sea esta familia la que actúe, sino las empresas.
- De igual forma, la contratación de personal y de otro tipo de obligaciones jurídicas no están bajo el nombre del *chaebol*, sino bajo el nombre de las empresas. Mientras que un consorcio si puede contratar bajo su nombre.
- Incluso, cuando las dos formas empresariales pueden presentar informes anuales, los reportes de los *chaeboles* meramente la recopilación de información de las empresas que los forman. De ahí que el patrimonio de un *Chaebol*, aunque no se encuentra en una cuenta bancaria ni genera impuestos, existe por la unión de sus filiales y subsidiarias.
- Por otro lado, un consorcio suele estar conformado por empresas de un mismo sector económico, mientras que los *chaeboles* tienen una enorme diversificación en ellos, pues llegan a estar en casi todos los sectores, y con parte del dominio del mercado.
- Por último, el *chaebol*, a diferencia de un consorcio, es un instrumento del estado para desarrollar el crecimiento económico del país; además de manejar una política expansionista, tienden a los negocios con alto riesgo y su estrategia empresarial es agresiva.⁸⁴

⁸³ Santarriaga, Ma. de los Dolores. "Reformas Institucionales en la Gobernanza Corporativa: caso Corea del Sur 1997-2005." En: Rangel, José Ernesto. "Los Vínculos. Corea del Sur –México: historia, política y economía." Colima, México. Ed. Universidad de Colima. Pp.59-60

⁸⁴ Tanehashi, Amado J. " Empresa y Negocios en Asia Oriental. Estrategias y Acciones." Barcelona, España. Editorial UOC. 2004. Pp.197-198.

2.5 Medidas de recuperación nacional durante la crisis económica asiática de 1997

El 21 de Noviembre de 1997, Corea le pidió al Fondo Monetario Internacional elaborara un proyecto de rescate económico luego de las fuertes devaluaciones del won y de la falta de créditos a corto plazo de los cuales los *Chaebol*, y gran parte de la nación se apoyaban para seguir con la misión de crecimiento económico nacional que casi 30 años atrás se había puesto en marcha. Los inversionistas comenzaron a percibir a Corea como deudor empresarial y como una posible amenaza para los capitales.⁸⁵

Las razones para llegar a esa crisis se remontan a los últimos años del gobierno de Park Chung Hee, y hasta 1984 con los nuevos gobiernos neoliberales que le siguieron; las reformas económicas buscaron ponerle freno a la expansión de los Chaebol así como para promover liberalizar la economía coreana, estas reformas fueron:⁸⁶

- “Registro empresarial” en la Bolsa de valores coreana (Korea Stock Exchange)
- Creación de Instituciones no Bancarias de Depósito
- Fideicomiso de inversión
- Ley anti-trust
- Creación de la Korea Fair Trade Comission
- Privatización de la banca comercial
- Y hasta el año de 1994, se eliminaron las tasas de interés preferentes para los Chaebol.

⁸⁵ Editores Oh, Kogndam. “Korea Brifing 1997-1999. Challenges and Change at the turn of the Century.” Ed. East Gate. USA. 2000. Pg.9.

⁸⁶ Marchini, G. Op.Cit. P.62.

Además, se pretendía dar mayor acceso al financiamiento internacional, promoción de instituciones financieras no bancarias, especialmente dedicados a otorgar mayores créditos a la PyMe, y frenar un poco el poder económico y hasta político que el Chaebol había adquirido en los últimos años.

Sin embargo, los resultados fueron contrarios a lo que esperaban pues se les permitió a algunos Chaebol a entrar en el sector de instituciones no bancarias de financiamiento, también permanecieron con el crédito a corto plazo y les generó endeudamientos de hasta 400%; por otro lado la apertura de financiamiento expandió estos conglomerados, reforzando la idea de omnipotencia que recaía en ellos.⁸⁷ Todos estos factores terminaron por desencadenar en Corea la crisis que azotaba el resto de Asia.

El plan trienal de rescate del FMI para actuar contra la crisis coreana consistió en estabilización del sistema financiero, confrontando los problemas empresariales, haciendo presente la supervisión institucional tanto en las compañías como en el sector financiero, apertura de mercados, promoviendo la transparencia y creando el ambiente para el funcionamiento óptimo del mercado. Finalmente se logró hacer de Corea una economía competitiva al reducir el desempleo, contener la inflación, fortalecer las exportaciones e incrementar la inversión extranjera directa y de portafolio.⁸⁸

⁸⁷ Marchini, G. Op. Cit. P.64.

⁸⁸ Editores Coe, David T., Kim Se-Jik. "Korean Crisis and Recovery" Ed. International Monetary Fund – Korean Institute for International Economy Policy. Korea. 2002. P.13.

Además, las reformas de recuperación se dividían en tres sectores:

- Financiero
- Corporativo
- Social y Laboral

Los primeros dos sectores orientados a darle al mercado coreano una visión mucho más occidentalizada, que con el paso de los años le ha servido para posicionarse dentro de las preferencias alrededor del mundo. Especialmente las reformas financieras se enfocaron en la capitalización, clausura o fusión de las instituciones, que permitió combatir el efecto negativo que la quiebra del *Chaebol* Daewoo generó.

También experimentó varios cambios la banca comercial coreana, se benefició a la inversión extranjera y se cerraron o fusionaron varias de las instituciones financieras con otras nacionales o extranjeras para que fueran más independientes de la banca nacional, tal como lo muestra el siguiente cuadro.

Figura 15. Resultados de las reformas financieras

	Finales de 1997 (A)	Tipo de reestructuración			Nuevas instituciones (C)	Instituciones funcionando (A-B+C)
		Cierre	Fusión	Total (B)		
Bancos	33	5	10	15		18
Cía. de títulos	36	8	7	15	19	40
Cía. de gestión de fideicomiso de inversión	31	6	5	11	28	48
Aseguradoras	45	11	6	17	9	37

Datos tomados de: "Sistema financiero y financiamiento del desarrollo de Corea del Sur"; Marchini, Geneviève; en Revista bimestral "Economía Informa" No. 355, Facultad de Economía Universidad Nacional Autónoma de México; México; 2008, p.66.

Con dichos cambios, se logró que las instituciones financieras y en general la economía nacional fuera independiente de la banca coreana, y así se reforzó la dicha economía para los pasos que aún faltaban dar como para posibles nuevas crisis.

2.6 Medidas de recuperación nacional durante la crisis económica de 2008

En el 2008 Estados Unidos dio a conocer la delicada recesión financiera en la que se encontraba sumergido luego de que dos años antes comenzara a otorgar grandes créditos hipotecarios sin muchas garantías, además de los programas que trataban de detener la creciente inflación y que sólo lograron acrecentar más los problemas económicos. Los grandes daños en la industria automovilística, las excesivas importaciones y el desempleo, terminaron por

comprobar la seriedad del problema y de que era cuestión de tiempo para que llegara al resto del mundo.⁸⁹

Corea no fue la excepción, y tal vez por su estrecha relación con Estados Unidos, tuvo el mismo año para el inicio de su desaceleración. Para el 2006, Corea ya había acumulado una deuda de \$88'000 millones de dólares provenientes principalmente de bancos extranjeros, y que era destinada para el crecimiento económico. También, era cada vez más notoria la fuga de capitales⁹⁰ así como el incremento de restricciones a inversionistas coreanos en el extranjero y en algún momento, hasta el repudio a estos. Así que, la crisis americana sólo fue la gota que derramaba el vaso.⁹¹

A mediados del 2008, los créditos eran casi imposibles y las deudas cada vez más grandes, especialmente provenientes de bancos europeos que representaban casi $\frac{3}{4}$ de la deuda y Estados Unidos $\frac{1}{4}$. Las calificaciones de empresas y acciones se degradaron y el won sufrió repetidas depreciaciones.

Mucho se pensó que esta crisis era la como la de los noventas, un poco más delicada pues la en el aspecto mundial era la más grande del capitalismo, sin embargo, Corea volvió a sorprender al mundo, ahora por su rápida y eficiente contención del problema.

En el primer trimestre del 2009 el sistema financiero ya se encontraba estabilizado: las inversiones volvían a incrementarse, los préstamos bancarios no eran tan recurrentes y las deudas externas comenzaban a estar por debajo

⁸⁹ Ed.by Swee-Hock, Saw. "Managing Economic Crisis in Southeast Asia" Ed. Institute of Southeast Asian Studies. Singapore. 2011. Pp.2-5

⁹⁰ Se llegaron a registrar hasta \$42'000 mil millones de dólares de fuga de capital externo.

⁹¹ Ed. por Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE., "OECD Economic Surveys. Korea.", Vol. 2010/12, Serie: OECD Economic Surveys, Ed. OCDE., 2010. P.22

del alarmante nivel que alcanzaron un año antes, las calificaciones a empresas y acciones reflejaban de nuevo la confianza que el mundo tenía en Corea hasta antes del 2006. A continuación se pueden ver las estrategias para esta acelerada recuperación.

El 97 había servido de experiencia en el campo por lo que además de las instituciones ya creadas para este fin, y reforzadas⁹²; fue posible otorgar estímulos financieros que promovieran una recuperación rápida y fuerte en conjunto con las facilidades de las condiciones monetarias y crediticias, así como la negociación de deudas externas. Además, se propuso liberar lo más que se pudiera los mercados financieros, adaptar las instituciones a las nuevas exigencias y regular la forma en que se practicaba la dirección ejecutiva de los corporativos. Los bancos comerciales absorbieron gran parte de las deudas, con lo cual se redujeron alrededor de 10 trillones de won en pasivo para el tercer cuarto del 2009.

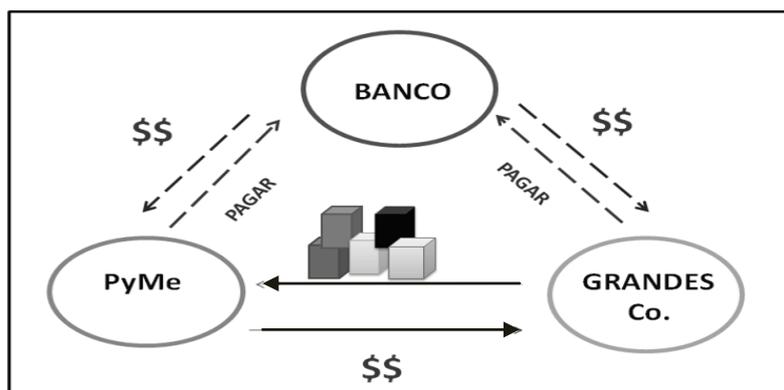
Y esta vez apostaron también a las pequeñas y medianas empresas y no sólo a los Chaebol por medio de dos iniciativas:

- “Fast-Track”, la cual facilitó 18 trillones de won a las PyMes para mantener su liquidez.⁹³
- Programa “Win – Win”, fue hecho para las grandes compañías que abastecían a las PyMes con productos intermedios. El programa les aseguraba liquidez y así asegurar el abastecimiento.

⁹² Se crearon especialmente dos instituciones para regular e incrementar capitales, las cuales fueron la Comisión Supervisora Financiera (creada en 1998), y el Servicio Supervisor Financiero (creada en 1999). Mientras que al independizar poco a poco al Banco de Corea se logró convertirlo en un autentico prestamista, así como hacer de los sistemas de pagos de créditos más sencillos.

⁹³ La selección de empresas era por sectores y de acuerdo a cuales podrían tener mayor éxito.

Figura 16. Programa Win - Win



- ← - - - Estímulos / créditos del Banco a grandes compañías / PyMe para asegurar el abastecimiento / el cumplimiento de pagos.
- ← Abastecimiento de materiales a las PyMe por parte de las grandes compañías.
- Pago de PyMe a las compañías abastecedoras con parte del estímulo bancario.
- - - → Pago de las grandes compañías / PyMe al banco para no generar mayores deudas, o historial moroso gracias a las ganancias de producción / abastecimiento.

Datos tomados de: Ed. por Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE., "OECD Economic Surveys. Korea.", Vol. 2010/12, Serie: OECD Economic Surveys, Ed. OCDE., 2010. P 67.

Si bien, este programa tenía como prioridad promover la producción, la prioridad final era reducir la deuda por medio de los superávits que fueran registrando estas empresas; y de hecho las PyMes se vieron beneficiadas en alto grado por estos programas.

Luego de estas acciones, el gobierno coreano intenta mantenerse al margen de las antiguas prácticas paternalistas y que así su economía liberal pueda competir no sólo con sus vecinos asiáticos sino también con las demás economías fuertes del mundo. Tal como lo menciona la OCDE en su revista *Economic Surveys*, "(...) la pronta respuesta del gobierno y del banco central estabilizó el sector financiero de Corea. (...) En contraste con 1997, las instituciones financieras lograron sobreponer a Corea sin daños mayores. (Sin embargo) debe prevenir el apoyo a

compañías sin viabilidad, (...) también debe reducir su vulnerabilidad ante la fuga de capitales, mejorar la dirección en los corporativos de instituciones financieras (...) y asegurar la transparencia.” ⁹⁴

Corea aún tiene que mejorar y asegurar su gobierno en relación con su economía, pero también es evidente que ha aprendido del pasado y mejora día a día para ser reconocida como un país pequeño pero importante para las decisiones internacionales.

⁹⁴ Ed. por Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. 2010. (OCDE), Op. cit. P.67.

CAPÍTULO III

SAMSUNG EN LA INDUSTRIA DE LAS TICs:

SAMSUNG ELECTRONICS (2000-2010)

Samsung Group, actualmente, es el segundo Chaebol más importante en Corea, y desde la década de los noventa, es también una de las mejores 5 compañías por la reciente confianza que los consumidores y accionistas comenzaban a tener en el grupo por productos que generaban satisfacción y altas ventas entre los consumidores.

Tal fue su estabilidad, que en la crisis asiática del año 1997 Samsung siguió creciendo gracias a sus negocios en redes, concentración de electrónicos y servicios financieros; éxito que se ha mantenido por las siguientes dos décadas, hasta el punto de representar en el año 2011 el 13% de las exportaciones totales de Corea.⁹⁵

También, se ha posicionado en las mejores posiciones de varios análisis, tal como la administradora y valoradora de compañías “Sync Force” que cada año elabora el ranking de las 100 mejores compañías, dando los siguientes resultados.⁹⁶

⁹⁵ The Economist “Samsung and its attractions. Asia’s new model company.” Seúl. [En línea] <<http://www.economist.com/node/21530984> [citado el 1 de Octubre del 2011]

⁹⁶ Ranking the Brands.com, Op. cit.

Figura 17. Samsung en el Top de las 100 Compañías del Mundo.

Año	Posición
2012	8
2011	16
2010	13
2009	37
2008	50

Tomado de: Ranking the Brands.com "Samsung. SyncForce Ranking the Brands Top 100 Positions" [En línea] < <http://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=30>> [citado el 9 de Septiembre del 2012]

Además ocupa la posición 25 entre las mejores compañías eco-amigables, y la 17 entre las mejores marcas del mundo según Interbrand; la posición 6 entre las mejores finanzas de compañías según Brand Finance; la 34 entre las compañías más admiradas del mundo según Fortune; entre otros reconocimientos del año 2012.⁹⁷

Éste exitoso *chaebol* comenzó en el año de 1938 cuando Lee Byung Chull fundó "Samsung" una pequeña exportadora de verduras y pescado seco a Manchuria y Beijing. Pero en tan sólo 10 años ya había expandido el negocio obteniendo sus propios molinos de harina.

En cuestión de treinta años pasó de ser un simple comercializador de materia prima, a un fabricante de productos finales, pues para los años setenta Samsung

⁹⁷ Ranking the Brands.com "Samsung.Ranking where listed" [En línea] < <http://www.rankingthebrands.com/Brand-detail.aspx?brandID=518>> [citado el 9 de Septiembre del 2012]

ya había invirtiendo en la industria, electrónica, pesada, química, petroquímica y textil.⁹⁸

Es decir, comenzaba a cumplir con una de las características de un Chaebol: la diversificación. De hecho sus ramificaciones llegan hasta los deportes como el baseball y football, o incluso ciertos centros de educación⁹⁹; suelen ser patrocinios que se convierten en parte de sus negocios como se mostrará en este trabajo en el apartado de Samsung Electronics.

Sin embargo, es muy importante mencionar que “Samsung Group” no existe legalmente, tal como se especifica en la página oficial de Samsung (Electronics) en Hong Kong:

“Cada compañía en Samsung Group es una entidad legalmente independiente. Samsung Group no es una entidad legalmente establecida. Samsung Group es un término usado convenientemente para referirse a un grupo de compañías que están íntimamente relacionadas por su historial corporativo. De acuerdo con lo anterior, es importante no confundir a las compañías sólo por el uso del el nombre Samsung. Particularmente ninguna compañía de Samsung Group puede aceptar o recibir notificaciones de procesos legales en beneficio de otra. Ninguna compañía en Samsung Group es legalmente responsable de otra, a menos que se acuerde por escrito y debe ser específico. Este sitio no establece ningún nexo entre ninguna de las compañías Samsung (...)”¹⁰⁰

⁹⁸Samsung. “About Samsung. Samsung History.” [En línea] <<http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/history06.html>> [citado en: Julio 15 del 2012].

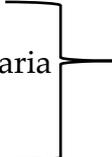
⁹⁹Pucik, V. and Lim, J.C. (2002) “Transforming HRM in a Korean Chaebol: A case of study of Samsung” En: Rowley, C. and Paik, Y. (Eds.) “The Changing Face of Korean management.”, Ed.Routledge – Taylor & Francis Group. NY. 2009. p35.

¹⁰⁰ Samsung Hong Kong “ About Samsung Group” [En línea] <http://www.samsung.com/hk_en/info/legal.html> [citado el 15 de Julio del 2012].

Según el diario "The Economist", la compañía Everland, de la cual la mayor parte de sus acciones son de la familia Lee (46%), tiene acciones mayoritarias en las aproximadamente 83 compañías que llevan el nombre de Samsung. Y cada una de estas también posee una cierta cantidad de acciones en Everland.¹⁰¹

Pero, el gran problema de ello es que no se sabe con exactitud qué compañía Samsung controla la mayor parte de las acciones de qué compañía Samsung, sólo que la Familia Lee posee el control de las compañías Samsung; y por la relación comercial, financiera e histórica que tienen entre sí, forman lo que se conoce como Samsung Group, el Chaebol Samsung.

Habiendo aclarado este punto, podemos hacer la división de negocios de Samsung Group, la cual es en 8 sectores:¹⁰²

- Industria electrónica
 - Industria pesada y maquinaria
 - Industria química
 - Servicios financieros
 - Plazas comerciales
 - Industria de ingeniería y construcción
 - Entretenimiento
 - Otros
- 
- Son los cuatro tipos de negocios más importantes para Samsung Group.

Los primeros cuatro sectores son los que generan mayores ganancias para Samsung Group, pero el electrónico es sin duda el que lo ha llevado a ser un grupo de fama mundial, en donde Samsung Electronics es la compañía emblemática de este sector y de hecho se le conoce como la "joya de la corona" de Samsung. Además gran parte de su éxito como grupo se debe a que no

¹⁰¹ "Samsung. The next big bet." *The Economist*. Seúl. 1 de Octubre del 2011. [En línea] <<http://www.economist.com/node/21530976>> [citado el 15 de Julio del 2012].

¹⁰² Ed Rowley, C. and Paik, Y. (Eds.) "the Changing Face of Korean management" Serie: Working in Asia. Ed. Routledge- Taylor & Francis Group. NY. 2010 Pp. 14- 16.

siguen tal cual los modelos occidentales, se dedican a varios tipos de negocios, su creatividad e innovación es superior a la de las demás compañías¹⁰³, y de su desempeño como una red de redes en los negocios.

Otro punto importante para el grupo, es la importancia que tiene el empleado en la compañía, tal como lo consideraba su fundador, Lee Byung Chull, *“En Corea, (Samsung) es el primer grupo en el que sus empleados coordinan trabajos sociales que promuevan el bienestar social, la cultura y las artes, la educación, preservación del medio ambiente y el intercambio internacional. Además de grupos de empleados que sirven en el trabajo social.”* Una fuerza de trabajo involucrada en labores sociales, es sin duda una fuerza de trabajo mucho más contenta e instruida. Se pueden encontrar informes anuales de Samsung Group con la información más relevante en materia financiera y de marca:

Figura 18. Samsung Group.
Ventas Netas de Samsung Group 2000=2010 (Billones de dólares)¹⁰⁴

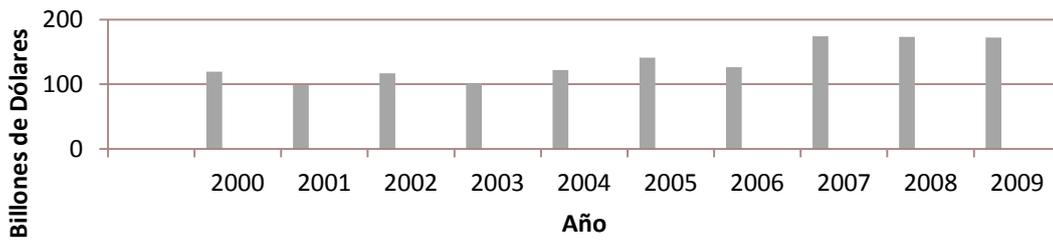
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ventas N.	119.5	98.7	116.8	101.7	121.7	140.9	126.5	174.2	173.4	172.5	220.1

Datos tomados de: Samsung. “Perfil de Samsung 1995-2010” de los reportes anuales de los años 2000-2010. [En línea]
<http://www.samsung.com/mx/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html?url=%2Fmx%2Faboutsamsung%2Fcorporateprofile%2Fourperformance%2Fsamsungprofile_old.html&_ncforminfo=IN-UTTGtTSa03JqCqIOcATO7a4r1NU8iCwgYr5vy6qbdaiAMeBSZon_dOR39-SxFIZfn5gt6iWEzd5GgBU-0e8K0Kgih1eXfw2lcpZFAbVE%3D> [citado el 16 de Julio del 2012].

¹⁰³ The Economist- “Samsung and its attractions”. Op. Cit.,

¹⁰⁴ Para examinar las siguientes bases de datos es necesario tener en cuenta que Samsung Group y todas sus filiales y subsidiarias presentan los reportes financieros en la moneda nacional coreana, el Won, y pero no a todas las transforman al dólar americano, sin embargo, en este estudio se presentarán todas las cuentas en dólares, tomando en cuenta el tipo de cambio anual que maneja la compañía en cada año. Los tipos de cambio por año son de la siguiente manera: 2000→\$1 : W1,130.3 | 2001→ \$1:W 1,325.9 2002→ \$1:W1,199.9 | 2003 →\$1:W1,191.5 | 2004 →\$1:W 1,043 |2005 →\$1:W1,013

Figura 19. Ventas Netas de Samsung Group 2000=2010



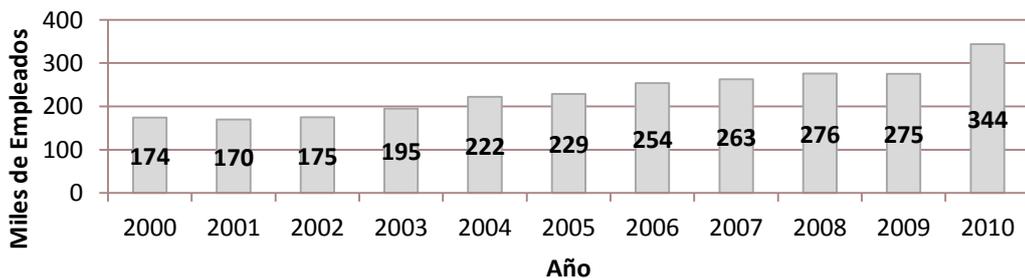
Datos tomados de: Samsung. "Perfil de Samsung 1995-2010" de los reportes anuales de los años 2000-2010. [En línea]

<http://www.samsung.com/mx/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html?url=%2Fmx%2Faboutsamsung%2Fcorporateprofile%2Fourperformance%2Fsamsungprofile_old.html&_ncforminfo=IN-UTTGTtSa03JqCqIocATQ7a4r1NU8iCwgYr5vy6qbdaiAMeBSZon_dQR39-SxFIZfn5gt6iWEzd5GgBU-0e8K0Kgih1eXfw2lcpZFAbVE%3D> [citado el 16 de Julio del 2012].

En este cuadro podemos ver que el único año de en el que las ventas cayeron por debajo de los 100 billones de dólares en ventas netas, fue en el 2001 año en el cual el mundo recuerda el ataque a las Torres Gemelas en los Estados Unidos, y por lo cual todos los mercados registraron caídas importantes.

Por otro lado también están las crecientes cantidades de empleados que han conformado a este Grupo:

Figura 20. Total de empleados



Datos tomados de: Samsung. "Perfil de Samsung 1995-2010" de los reportes anuales de los años 2000-2010. [En línea]

<http://www.samsung.com/mx/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html?url=%2Fmx%2Faboutsamsung%2Fcorporateprofile%2Fourperformance%2Fsamsungprofile_old.html&_ncforminfo=IN-UTTGTtSa03JqCqIocATQ7a4r1NU8iCwgYr5vy6qbdaiAMeBSZon_dQR39-SxFIZfn5gt6iWEzd5GgBU-0e8K0Kgih1eXfw2lcpZFAbVE%3D> [citado el 16 de Julio del 2012].

De nuevo vemos, como en el año 2001, hubo un recorte de cuatro mil empleados, por la crisis que atravesó en mundo como resultado del ataque terrorista del 9/11; sin embargo para el siguiente año se habían ocupado esas plazas y mil mas, que de hecho han seguido creciendo hasta estos días, solamente disminuyeron en el 2009 por la crisis mundial, y fueron mil plazas de las que se prescindieron sus servicios, para el siguiente año se habían recuperado esos empleos y se incluyeron a 69 mil más.

3.1 Samsung Electronics (2000-2010)

Samsung Electronics Co., Ltd. es una empresa dedicada principalmente a la producción y venta de productos electrónicos, y que los divide en dos grandes ramas:

- a) productos terminados; tales como televisores, impresoras, computadoras, refrigeradores, celulares, sistemas en red, y otros.
- b) Y componentes; como semiconductores, memorias, LCD (Liquid Crystal Display), Thin Film Transistor, y otros.¹⁰⁵

Como ya se mencionó, el sector electrónico es el que genera mayores ganancias a Samsung Group y está conformado por alrededor de 16 compañías subsidiarias o filiales, entre las cuales se encuentran: Samsung Electronics, Samsung Camera, Samsung Opto Electronics, Samsung Electro-Mechanics, Samsung Display Interface, Samsung Mobile, Samsung Semiconductor, entre otras. Samsung Electronics es la que va a impulsar al sector y al *Chaebol* a ser una de las mejores compañías del mundo.

¹⁰⁵ Reuters. "Profile: Samsung Electronics Co., Ltd." [En línea] <<http://in.reuters.com/finance/stocks/companyProfile?symbol=005930.KS>> [citado el 16 de Julio del 2012].

De hecho, en el ranking¹⁰⁶ de las 100 mejores compañías globales del 2011 realizado por *Interbrand*, fue posicionada en el número 17; y según el último informe anual de la compañía, contaba con 190,500 empleados así como un total de ventas de poco más de 130 billones de dólares. Resultados que no podría generar si no fuera por 4 sencillos pasos¹⁰⁷:

- 1) Hacer cada día los productos más competitivos por medio de el fortalecimiento del departamento de Investigación y Desarrollo, diferenciación del producto y la inversión oportuna (y en su caso, agresiva) de capital.
- 2) Hacer más eficiente la cadena de suministro para obtener mayor productividad y ganancias.
- 3) Crear una cultura organizacional dirigida a una era digital, la cual se desarrollará en una atmósfera de constante innovación y creatividad individual.
- 4) Tener conciencia de “Ciudadanía corporativa”, que se refiere a los programas altruistas y de caridad alrededor del mundo como “Four Seasons of Hope” o “DigitAll Hope”.

¹⁰⁶ Interbrand “Best Global Brands 2011” [En línea] <<http://www.interbrand.com/EN/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2011.aspx>> [citado el 17 de Julio del 2012]

¹⁰⁷ Samsung Electronics Co., Ltd. “2004 Samsung Electronics Annual Report”. 2004. [En línea] <<http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/2004SamsungAnnualReport.pdf>> < P.18> [citado el 17 de Julio del 2012].

3.1.1 Antecedentes de Samsung Electronics

Durante la década de los sesentas y setentas, en el “Milagro del Río Han”, Lee Byung Chull, quien ya se encontraba en el mercado de los alimentos, textiles, servicios financieros, petroquímica, ingeniería y la industria pesada; vio en el mercado electrónico un futuro seguro para las compañías fabricantes de piezas para electrónicos, por lo que decidió expandir el negocio en ésta área.

Su el boleto de entrada al mercado tecnológico fue Samsung Electronics, fundada en 1969 con una inversión de 330 millones de won, y que comenzó operaciones un año después,¹⁰⁸ mientras que su primer producto de exportación eran televisores en blanco y negro a Panamá, pero contando con el problema de baja calidad en ellos.

Sin embargo, no fue fácil su desarrollo en este terreno. En los años setenta Japón era el único productor tecnológico en Asia, y además contaba con altos estándares de calidad y eficiencia tanto en la producción como la distribución y/o venta de sus productos. Además, Samsung no contaba con capacidad tecnológica, incluso 5 años después los productores japoneses se negaron a compartir el “know-how” en televisores a color pues argumentaban que la compañía coreana no podría si quiera intentar reproducirlo debido a su falta de tecnología.

En 1973, durante la crisis petrolera, a compañías como Sony (en ese momento la reina asiática en este sector) o Intel, se les complicaba asegurar la producción de semiconductores, por lo que la dirección de Lee Buyng Chull, creyó que podría

¹⁰⁸ Chang, Sae-Jin. “Sony vs. Samsung. The Inside Story of the Electronics Giants’ Battle for Global Supremacy”, Singapore. Ed. John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd. 2008. P. 15

entrar a este negocio como la segunda opción de los clientes, esa fue la clave del éxito y es que a la fecha, los semiconductores (y otros componentes centrales) forman gran parte de su producción.

Primero, Samsung Electronics se encargó de convencer a varias compañías, especialmente japonesas, de que les transfirieran tecnología, pero no tuvieron éxito alguno, así que adquirió la compañía Korea Semiconductor, con la cual sólo pudo producir chips para reloj y transistores que no tuvieron éxito en su venta.

Como último recurso, la sur coreana contrató ingenieros japoneses que enseñaran el “know-how”, hasta que en los años ochenta, se decidió que la producción de semiconductores sería a gran escala, especializándose en las memorias por la gran demanda de estas que prometían los años siguientes.

Las DRAM eran la mejor opción por su popularidad en las economías de escala. Para ello, obtuvo la tecnología de una compañía americana llamada “Micrón” y contrató a expertos en el área (los cuales, por sus conocimientos, llegaban a ganar hasta 5 veces más que el mismo Lee Byung Chull), coreanos que habían estudiado y obtenido experiencia en Estados Unidos.

En 1984 Samsung Electronics lanza al mercado su memoria DRAM de 64K pero los costos de producción eran muy altos, y los precios de las memorias cayeron de 4 dólares a 30 centavos de dólar; y en tan sólo dos años se hallaron perdiendo 300 billones de dólares, claro, Sony y Phillips también registraron grandes pérdidas hasta el punto de decidir detener su producción y hasta remover las instalaciones para su producción.

Para 1987 Estados Unidos había interpuesto una demanda por anti-dumping a las compañías japonesas así que la nación asiática dejó de exportar el producto, lo cual dio como resultado que la demanda aumentara y con ella también el precio. Samsung, al contrario de las demás compañías, había invertido en la capacidad de producción lo que le permitió cubrir con la demanda de memorias. Tres años después era la compañía más competitiva del mercado mundial en la producción de este producto. Y en 1993 se convierte en líder en chips de memoria.¹⁰⁹

Samsung Electronics supo como pasar de ser una simple compañía “Copy-cat” a una compañía líder en desarrollo, producción e innovación de tecnología alrededor del mundo,¹¹⁰ gracias a que sabe identificar las tendencias más importantes en la industria electrónica y ahí invierte de forma agresiva y produce artículos que prometen facilitar la vida cotidiana de cada persona.

Samsung se basa en dos curvas específicamente, en la curva normal de oferta, y en la llamada curva de la sonrisa, que se refiere a las ganancias de las tres etapas en la cadena productiva: partes centrales, ensamblaje y el producto final o servicio.¹¹¹

El investigador del Instituto de Investigación Fujitsu en Japón, Tatsuya Kimura,¹¹² explica que esta la “curva de la sonrisa” describe el fenómeno en la etapa de ensamblaje de la industria manufacturera, en el que los ingresos o el valor agregado disminuye, mientras que el valor agregado en la etapa de las partes

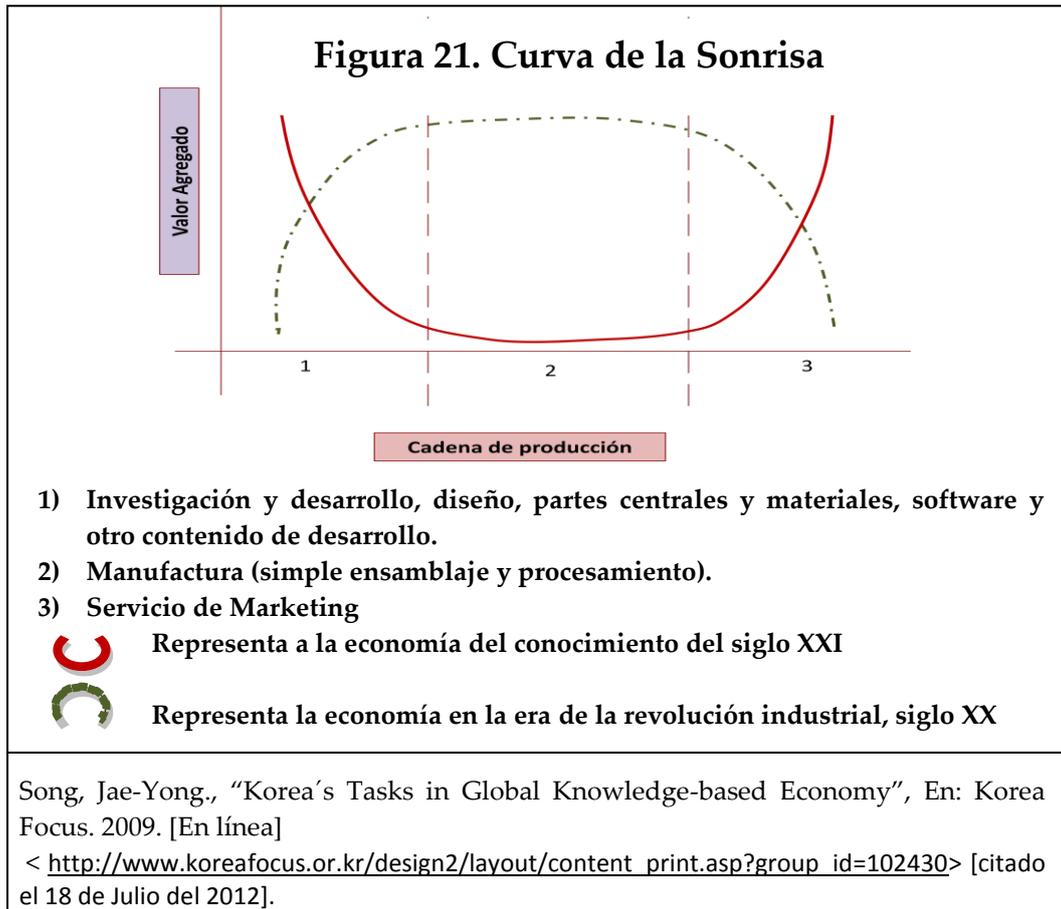
¹⁰⁹ Ibid., p.33-40

¹¹⁰ Innovation Leaders. “Profile: Samsung” en Innovation Leaders. [En línea] <http://innovationleaders.org/sam_company_profile.html> [citado el 18 de Julio del 2012].

¹¹¹ Chang, Op.Cit., p. 46

¹¹² Kimura, Tatsuya. “The “Smile Curve” Phenomenon in the Japanese Assembly-Type Manufacturing Industry.” Japan., Fujitsu Research Institute., 2003. [En línea] <<http://jp.fujitsu.com/group/fri/en/economic/publications/report/2003/report-167.html>> [citado el 18 de Julio del 2012]

centrales o de producto final se incrementa. De acuerdo con esta hipótesis, este fenómeno se causa por la alta competencia global generada por estandarización y la modularidad¹¹³ del ensamblaje de partes.



No está de más mencionar que Samsung (Electronics y Group) tiene una integración vertical en lo que refiere a los componentes centrales electrónicos, para responder a las tendencias tecnológicas, es decir, todas las memorias, chips y demás que produce Samsung son usados por sus productos de línea blanca,

¹¹³ La "Modularidad" se refiere al conjunto de componentes que contiene un sistema más grande; cada componente modular es independiente de otros y con ellos se logran operaciones más rápidas y precisas para los aparatos.

computadoras y telecomunicaciones. Con este sistema se reducen costos, se incrementa la velocidad de diseño, desarrollo y producción.

Con ello, Samsung tiene una velocidad de diseño en un teléfono celular (tomándolo como ejemplo), se puede completar en un lapso de 3 a 6 meses, mientras que competidores como Nokia y Motorola tardan alrededor de 12 a 18 meses y registrando menor producción.¹¹⁴

3.1.2 Utilidades de Samsung Electronics en el mercado internacional (2000-2010)

Hasta los años ochentas, referirse a un producto Samsung era igual a referirse a una baratija, en la siguiente década aún no eran reconocidos como productos de calidad internacional; pero en el siglo XXI estos productos ya son sinónimos de calidad, confianza, vanguardia, comodidad y protección tanto a los grupos con más necesidades como al medio ambiente.

En el siglo XXI Samsung Electronics es reconocida en todo el mundo como una compañía con fuertes cimientos, una de las mejores y de las más importantes en el mundo de las TIC.

Esta filial de Samsung ha experimentado el peligro de cerrar sus puertas en territorio nacional, pero luego de su éxito en el mercado de los semiconductores y posteriormente su liderazgo internacional, se convirtió en una compañía

¹¹⁴ Chang., Op, Cit., p. 56-57

mundial. Pero como esta compañía lo cree, no es difícil tener éxito, si no mantener dicho éxito; y aún más difícil es mantener el liderazgo en el mundo.

Sin duda el camino ha sido de arduo trabajo en cada uno de sus empleados así como en la identificación de oportunidades tanto a largo como a corto plazo; pero además ha sido un camino de constante renovación e innovación en procesos, organización y oferta, en donde tres palabras los han llevado al auge: investigación, diseño e innovación.

Al inicio de la primera década del siglo XXI, Samsung Electronics representaba el 13% de las exportaciones totales de Corea con la siguiente división, según las áreas de negocio de la compañía:

- 38% → Semiconductores (11.5 billones de dólares)
- 27% → Sistema de Media Digital (8.2 billones de dólares)
- 22% → Información y Comunicación (6.7 billones de dólares)
- 8% → Electrodomésticos (0.2 billones de dólares)
- 5% → Otros (Cantidad no especificada)

A) Periodo del 2000 - 2005¹¹⁵

El inicio de este periodo fue excelente para la compañía, de hecho el año 2000 fue, hasta ese momento el mejor de su historia, al incrementarse las ventas un 35% y los ingresos netos 90% con respecto al año pasado.

¹¹⁵ Samsung Electronics Co., Ltd., "Samsung Electronics Annual Report". 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 y 2005. [En línea].
<http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html> [citado el: 18 de Julio del 2012].

Presentaron la estrategia “DigitAll- E Company”, que se refiere a tres partes en especial, las cuales incrementarían el valor de su cadena de valor¹¹⁶:

- a) “Digit”, (“digital”) un año antes se comenzó la convergencia digital de la compañía, y este año se entró totalmente a nueva era de productos totalmente digitales, así como a el incremento del valor de su cadena de producción al enfocar las operaciones especialmente en cuatro áreas de negocio:
 - 1) Redes domésticas → “Electrodomésticos”
 - 2) Redes móviles → “Información y Comunicación”
 - 3) Redes laborales → “Sistema de Media Digital”
 - 4) Componentes centrales → “Semiconductores”
- b) “All”, (“Todos”) que incluye a todas las personas y negocios, sin importar que busquen los productos Samsung Electronics para uso doméstico, laboral, o como componentes para sus propios productos.
- c) “E”, (“electrónico”) pretende crear una base sólida para el desarrollo de las 4 áreas anteriores, donde los procesos de producción y venta serán mejores, las operaciones serán más eficientes y sin lugar a dudas, enfocado a las TICs.

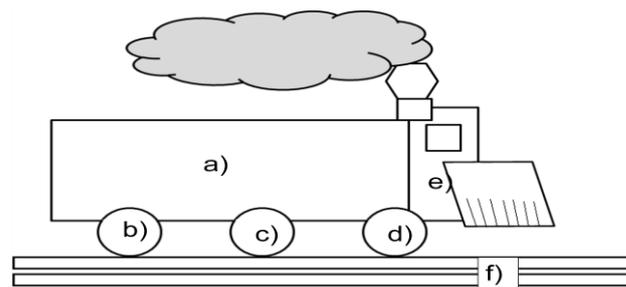
Y dicha iniciativa se desarrollaba en cuatro áreas de negocios sinérgicos en especial:

- a) Redes o negocios domésticas: incluye la tecnología de audio, televisión y DVD; con la que se planeaba hacer toda una red en los hogares que trajera mayores comodidades a los usuarios.

¹¹⁶ Esta cadena de valor se concentra en crear un marco de trabajo integral donde las soluciones sean organizacionales y conseguir que cada división sea asignada a uno de los cuatro portafolios de negocios en sinergia.

- b) Redes o negocios móviles: Se encuentran productos de telefonía, computadoras personales, cámaras digitales, reloj y otros.
- c) Redes o negocios laborales: Entran los paneles planos de LCD, pantallas CDT, fax, impresoras láser y de inyección, multifuncionales y otros.
- d) Componentes centrales: al igual que en los años pasados, serían los componentes los que dirigirían a las demás áreas al éxito.

Figura 22. Estrategia "DigitAll-E Company" de Samsung Electronics



- a) Samsung Electronics
- b) Redes domésticas
- c) Redes laborales
- d) Redes móviles
- e) Componentes centrales
- f) TICs

Elaboración propia con datos tomados de: Samsung Electronics Co., Ltd., "Samsung Electronics Annual Report 2000". [En línea]. <http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/annual2000_r2000.pdf> [citado el: 18 de Julio del 2012].

Con esta figura se explica cómo es que Samsung Electronics va en el camino de las TICs, dirigida por los componentes centrales, e impulsada por las otras tres áreas; redes domésticas, redes laborales y redes móviles.

Y dio resultado, al inicio de esta estrategia les dio el cuarto lugar global como fabricante de tecnología, y en el 2001 subió al tercer lugar; no sin mencionar que ya estaban cosechando una sociedad con compañías como DELL, AOL, SONY, y MICROSOFT. Pero el siguiente paso, en el 2001, fue optimizar los procesos y asegurar la máxima eficiencia para cada negocio, enfocándose en la cadena de suministro¹¹⁷ y agilizando la sinergia de cada proceso por medio del uso de las TICs.

Y para apoyar estos pasos, Samsung introdujo el Sistema EPR (Empresa y Planeación de Recursos) por medio del cual las actividades de la matriz están en cooperación con las actividades de las subsidiarias y así provocar mayor eficiencia y calidad en los procesos y productos, disminución de costos y un negocio electrónico global.

De hecho, se invirtieron 527.9 millones de dólares en un “e-negocio” que para finales de año ya conectaba a la matriz con 56 subsidiarias fuera de Corea, con información en tiempo real de producción, ventas, logística, e inventario; además de contener toda la información en una base de datos global, también en tiempo real. Y como extra, se implementó una estrategia de reducción de costos para reducir el 50% del 2000.

En Corea, Samsung Electronics, y fue galardonada por su excelencia en administración, comercio electrónico y por su compromiso con los accionistas; además de recibir muy buenas calificaciones en rankings empresariales. Y la

¹¹⁷ Se refiere al sistema que integra organizaciones, personas, tecnología, actividades, información y demás recursos involucrados en mover un producto o servicio del proveedor al cliente. Que en el caso de Samsung Electronics significa la combinación de la entrega del producto correcto en el lugar correcto en la hora correcta y al precio correcto, así como la integración correcta (de toda la red) entre socios, proveedores y clientes por medio de un plan de: 1) previsión de demanda, 2) administración de recursos, y 3) planeación de producción.

revista Business Week valoró a la empresa en 6,37 billones de dólares que la posicionó en el número 42 de 100 competidores.

No obstante que el año no fue tan bueno como se esperaba luego de los ataques terroristas a las Torres Gemelas en Estados Unidos que generó la caída en los precios de las memorias y el estancamiento de algunas partes de la economía internacional; la compañía tuvo un desempeño sólido ya que sus ventas solamente bajaron 6% y 67.6% de las ventas netas se generaron en mercados externos.

La filial electrónica de Samsung Group decidió que el desarrollo de software era una prioridad por lo que se asoció con Microsoft, y quedó bien plasmado en el proyecto "Home Vita" en Corea, el cual era una red de 100 departamentos que estaban totalmente digitalizados para que todo el departamento fuera controlado vía internet inalámbrica; con este proyecto lograron ofrecer especialmente comodidad y seguridad para el usuario.

Por otro lado, se abrieron 25 instalaciones de producción y 31 subsidiarias distribuidas en 47 países. También se invirtió 7.5% de las ventas totales se invirtieron en los Centro de Investigación y Desarrollo de Samsung que recibió su recompensa con premios en países como Estados Unidos, Japón y otros.

En este año también se impulsó el apoyo al deporte, servicio comunitario y compromiso con el medio ambiente; en estas áreas incluso los empleados están involucrados como voluntarios. A la fecha siguen creciendo programas así en la compañía.

Para el 2002, se registró un incremento de 25% en las ventas y un histórico 216% en las ganancias por operaciones, además de que la división de redes móviles se

convirtió en el tercer líder mundial en ventas de celulares, que significó la cobertura de 55% del mercado doméstico y 9.8% del mercado global por unidades vendidas registrando. Y la revista Business Week colocó a la surcoreana en la primera posición de las compañías de tecnología en la información en el ranking anual. Uno de los cambios que se registraron en el año fue el del nombre en las áreas de negocios:

- Sistema de Media Digital → Red de Media Digital
- Información y Comunicación → Red de Telecomunicaciones
- Electrodomésticos → Red de Electrodomésticos y Otros
- Semiconductores → Red de Solución de Dispositivos

En este periodo anual se comenzó con la penetración comercial agresiva, con constantes anuncios, presencia en establecimientos como “Best Buy”, “Circuit City”, “Costco” y “Radio Shack”; además de canales de distribución eficientes.

En el 2003 tuvieron inseguridad en la inversión de capital debido a la guerra en Irak, pero el crecimiento de la multinacional se mantuvo sin muchos problemas. Además, de que se recalcó que el crecimiento de ganancias para Samsung significa crecimiento en las ventas, competitividad, mercado, diseño, innovación, comodidad, precio, etc. Y para lograrlo los empleados son una pieza clave así como el valor de la marca en el mundo.

Dieron a conocer su estrategia de innovación que se realiza en 6 pasos:

- 1) Innovación del producto, deben ser inesperados
- 2) Innovación de la tecnología, las cuales deben ser tecnologías claves en la mano de obra; y no aumentar el presupuesto asignado al departamento de Investigación y Desarrollo.

- 3) Innovación de la comercialización, la cual debe de atraer clientes a nivel global así como aproximarse a ellos.
- 4) Innovación de costos, en este caso la competitividad de los costos es esencial para las ganancias, la cual no se trata sólo de disminuir costos sino de buscar que estos reditúen mucho más de lo gastado.
- 5) Innovación en la administración global, al reconocer las oportunidades y necesidades de los mercados se logra una fuerte presencia en ellos.
- 6) Innovación en una cultura organizacional, que se logra con un ambiente de trabajo con fluidez de comunicación y con el impulso de creatividad e inspiración de los empleados.

Gracias a estos pasos Samsung registró ganancias en las redes de telecomunicación así como en la parte de componentes centrales las cuales comenzaron a trabajar en la nanotecnología e incrementaron sus productos en componentes de telefonía móvil.

Otro resultado fue el fortalecimiento del Joint-Venture que tiene la compañía con Sony en el desarrollo y producción de paneles LCD. Y en la innovación de administración se inauguró el Comité de Transacciones Internas, el cual asegura la transparencia de los negocios con subsidiarias y otras filiales de Samsung Group; este movimiento, sin duda dio seguridad a los inversionistas así como a sus clientes.

En el 2004 se las áreas de negocios volvieron a modificarse para ser cinco en lugar de cuatro, se agregó la división de LCD por la creciente demanda. En otras divisiones se vivieron estancamientos en el mercado de las redes "Negocio de Media Digital" y en las de "Dispositivos Digitales" sin embargo, esta última logró tener 17 mil departamentos en el proyecto "Hogar Vita", lo

que forma la red de hogares inteligentes más grande del mundo, gracias a ello se invirtieron 147 millones de dólares en el departamento de Investigación y Desarrollo. En cuanto a las ventas de teléfonos celulares, cubrieron el 12.7 del mercado mundial que los posicionó en el tercer lugar luego de Nokia y Motorola.

Además, el área de componentes centrales creció 43% en semiconductores y 31% en memorias, lo que dio como resultado el 77% de las ganancias del año. Y Samsung se convirtió en el primer proveedor de paneles para Notebooks, computadoras personales y monitores.

Para el año 2005 Samsung Electronics ya cosechaba sus logros al recibir reconocimientos de "The Asset", "IR Magazine", "Business Week", "Institutional Investor Finance Asia", CFO Asia", entre otros; además de tener como características que la diferenciaban sobre sus competidores: la investigación y desarrollo, el diseño, el marketing de la marca y lo que ellos habían denominado la "ciudadanía corporativa". Y como si no fuera suficiente, la nueva meta de la surcoreana era pasar de ser una compañía de clase mundial a una "compañía global de primera", y para lograrlo contaba con 3 recursos:

- 1) Recursos humanos con una excelente preparación (12 mil empleados con maestría y/o doctorado).
- 2) Tecnologías innovadoras.
- 3) Innovación de la marca (que para este año ya se encontraba en la posición 20 del ranking de compañías de tecnologías de la información en Business Week).

Samsung propuso 4 estrategias que le llevarían a ser es compañía global de primera que tanto buscaba.

- a) La primera se basa en el fortalecimiento de 8 productos para que sean aún más competitivos (en costo, calidad y diseño), desarrollar sus tecnologías, y aumentar el presupuesto de los mismos. Entre los productos se encuentran las pantallas, memorias, teléfonos celulares, impresoras, almacenaje masivo, sistemas de aire acondicionado, entre otros.
- b) Como segunda estrategia, es tomar a las tecnologías para el liderazgo del camino a recorrer y la mercadotecnia como una de las principales herramientas, sin olvidar la creación de nuevos mercados para sus productos.
- c) La tercera es optimizar los procesos administrativos y estandarizar los componentes así como el software en sus productos.
- d) Y por último, generar más ganancias que es una de las razones por las cuales los inversionistas confían en la compañía.

Los centros de diseño Samsung también son parte importante del camino, de hecho, gracias a ellos se recibieron 62 premios en esta división en todo el mundo; en este año ya contaban con centros en Londres, Los Ángeles, San Francisco, Shanghai, Tokio, y Milán además de en Corea que es el más importante y donde se cuenta con un laboratorio donde se registra la experiencia del usuario con el producto. Y fue por primera vez en este año cuando se informó del registro de patentes en el que Samsung Electronics ocupaba el quinto lugar con 1,641 patentes tan sólo en Estados Unidos; sus rivales eran IBM, Cannon, HP y Matsushita Electric.

**Figura 23. PATENTES REGISTRADAS 2005
EE.UU.**

Compañía	No. De Patentes
IBM	2,941
Canon	1,828
HP	1,797
Matsushita Electric	1,688
Samsung Electronics	1,641
Micron	1,561
Intel	1,549

Datos tomados de Samsung Electronics Co., Ltd., "Samsung Electronics Annual Report 2005". [En línea]. <http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/samsung_ar2005.pdf> [citado el 20 de Julio del 2012]

Para el año 2011 Samsung ya ocupaba la segunda posición en Estados Unidos de las compañías con más patentes registradas sólo IBM estaba por arriba de la surcoreana, mientras que Sony se posicionaba en la posición 7 y Apple en la posición 39. Su connacional LG Electronics estaba en la posición 12.¹¹⁸ Con lo que se puede corroborar que Samsung no es solamente una compañía manufacturera sino también desarrolla tecnología; en el único caso en el que sus patentes no son completamente de la surcoreana es al establecer una asociación con otra compañía, como la que hizo con Sony.

¹¹⁸ IFI CLAIMS Patent Service. "IFI CLAIMS 2011 Top 50 US Patent Assignees" [En línea] <http://www.ificlaims.com/index.php?page=misc_Top_50_2011> [citado el 9 de Septiembre del 2012]

Cifras del Periodo 2000- 2005¹¹⁹

El reporte financiero del 2000 fue el año más detallado de todos los demás en los dos periodos, y fue solamente en este año, (con un tipo de cambio de \$ 1 → ₩ 1,130.3) en el que se presentaron las ventas totales por área de la siguiente forma:

Figura 24. VENTAS POR ÁREA GEOGRÁFICA (Sin depreciación) En billones de dólares	
Área Geográfica	Ventas
Doméstica	9.6
Asia	6.6
Europa	5.1
América	8.7
África	0.07
Total	30.07

Datos tomados de Samsung Electronics Co., Ltd., "Samsung Electronics Annual Report 2000". [En línea].<
http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/annual2000_r2000.pdf> [citado el 20 de Julio del 2012]

¹¹⁹ Para examinar las siguientes bases de datos es necesario tener en cuenta que Samsung Group y todas sus filiales y subsidiarias presentan los reportes financieros en la moneda nacional coreana, el Won, y pero no a todas las transforman al dólar americano, sin embargo, en este estudio se presentarán todas las cuentas en dólares, tomando en cuenta el tipo de cambio anual que maneja la compañía en cada año. Los tipos de cambio por año son de la siguiente manera: 2000→\$1 : ₩1,130.3 | 2001→ \$1:₩ 1,325.9 | 2002→ \$1:₩1,199.9 | 2003 →\$1:₩1,191.5 | 2004 →\$1:₩ 1,043 | 2005 →\$1:₩1,013

Mientras que las ventas por división de negocios se registró de la siguiente manera:

Figura 25. VENTAS POR DIVISIÓN DE NEGOCIOS
En billones de dólares

División de Negocio	Ventas
Media Digital	8.25
Electrodomésticos	2.41
Información y Comunicación	6.58
Semiconductores	10.37
Otros	0.15

Datos tomados de Samsung Electronics Co., Ltd., "Samsung Electronics Annual Report 2000". [En línea].<
http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/annual2000_r2000.pdf> [citado el 20 de Julio del 2012]

En los dos casos las cifras se incrementan constantemente y de forma considerable demostrando el crecimiento económico de la compañía, pero sobretodo demostrando la importancia que toma el la marca "Samsung" en el mundo.

En el año 2000 los activos tenían un tiempo de vida aproximada de 2 a 60 años en edificios y otras estructuras; en cuanto a la maquinaria, equipo y herramientas, tenían un tiempo de vida promedio de 2 a 10 años. Pero en cuanto a la propiedad intelectual era de 5 a 10 años, aunque habían algunas de hasta 25 años.

Es apreciable el estancamiento económico sufrido en el 2001, pero al siguiente año ya se habían recuperado con muy buenas cifras; además, en el 2005 la cantidad de recursos asignada al departamento de investigación y desarrollo

aumenta de forma importante, reforzando el compromiso de la compañía con la innovación de tecnologías y procesos.

El 2005 fue el primer año en el que se presentó la contabilización detallada por tres años de las en ese momento nuevas cinco divisiones de negocios. Y es precisamente en el 2005 cuando las ventas de la división de telecomunicaciones supera en ventas a la legendaria división de semiconductores, a partir de este momento, la telecomunicación es sin duda alguna, junto a los componentes centrales, la base de Samsung Electronics en todo el mundo.

Figura 26. Cuentas por División de Negocios 2003-2005
Billones de dólares

División	Cuenta	2005	2004	2003
Negocio de Media Digital	Ventas Netas	17.42	17.45	0.15
	Ganancias por Operación	0.24	0.43	0.56
	Ventas Domésticas	2.69	2.70	29.45
	Exportaciones	3.71	5.22	4.95
Red de Telecomunicaciones	Ventas Netas	20.64	20.46	15.10
	Ganancias por Operación	2.48	3.05	2.78
	Ventas Domésticas	2.82	3.28	3.51
	Exportaciones	15.74	5.53	10.51
Negocio de Aparatos Digitales	Ventas Netas	5.45	5.32	4.87
	Ganancias por Operación	-0.02	21.40	-0.04
	Ventas Domésticas	1.76	1.53	1.40
	Exportaciones	1.57	1.68	1.87
Negocio de Semiconductores	Ventas Netas	20.07	21.43	14.00
	Ganancias por Operación	5.34	5.34	3.64
	Ventas Domésticas	1.10	1.10	0.87
	Exportaciones	16.99	16.99	11.67
Negocio de LCD	Ventas Netas	8.60	8.97	4.31
	Ganancias por Operación	0.59	1.87	0.87
	Ventas Domésticas	1.08	0.75	0.38
	Exportaciones	8.50	7.81	4.73

Datos tomados de los reportes electrónicos anuales de Samsung Electronics 2003-2005. [En línea] <http://www.samsung.com/mx/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html?url=%2Fmx%2Faboutsamsung%2Fcorporateprofile%2Fourperformance%2Fsamsungprofile_old.html&ncforminfo=IN-UTTGtTSa03JqCqIocATO7a4r1NU8iCwgYr5vy6qbdaiAMeBSZon_dQR39-SxFlZfn5gt6iWEzd5GgBU-0e8K0Kgih1eXfw2lcpZFABVE%3D> [citado el 18 de Julio del 2012].

También en este año se incluyó la lista de las principales compañías en la competencia de patentes de Estados Unidos, y aunque se encontraba en la quinta posición, la surcoreana no tardaría mucho en aumentar el número de patentes registradas:

**Figura 27. PATENTES REGISTRADAS 2005
E.E.U.U.**

Compañía	No. De Patentes
IBM	2,941
Canon	1,828
HP	1,797
Matsushita Electric	1,688
Samsung Electronics	1,641
Micron	1,561
Intel	1,549

Datos tomados de los reportes electrónicos anuales de Samsung Electronics 2003-2005. [En línea] <
http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/samsung_ar2005.pdf> [citado el 18 de Julio del 2012].

B) Periodo 2006 – 2010¹²⁰

En la segunda mitad de la década Samsung sigue con la estrategia DigitAll E-Company pero con ciertas modificaciones según lo necesiten, tal como se muestra en la división de áreas de negocios, ahora el área de Otros, que se encontraba en la de Digital Appliances se separa y representa el siguiente

¹²⁰ Samsung Electronics Co., Ltd., “Samsung Electronics Annual Report”. 2006, 2007, 2008, 2009, 2010. [En línea]. <http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html> [Consultado en Julio del 2012]

porcentaje de ventas en la compañía (sin embargo, aún en algunas partes de los reportes se siguen poniendo junto con Digital Media por ser las ventas más pequeñas):

Figura 28. Porcentaje de las ventas hechas por cada División de Negocios 2006-2010	
División de Negocios	% de Ventas
• Red de Media Digital	24%
• Red de Telecomunicaciones	24%
• Red de Semiconductores	24%
• LCD	13%
• Aparatos Digitales	6%
• Otros	9%
TOTAL	100%
Datos tomados de los reportes electrónicos anuales de Samsung Electronics 2006-2010. [En línea] http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html [Consultado en Julio del 2012].	

Es importante resaltar que la división de telecomunicaciones tiene además tres sectores: servicios, telecomunicación y transmisión; las cuales se encuentra en la telefonía celular, producto que es tan importante como los semiconductores por el incremento que ha tenido en la demanda, y es que en 1995 tan sólo se vendieron 41 millones de piezas en el mundo (contando las ventas de todas las compañías), mientras que en para el 2006 ya se registraba una demanda de 950 millones de piezas vendidas en todo el mundo. Mientras que el de Semiconductores tiene también tres sectores: Memorias, Sistemas LSI y Almacenaje.

En el 2007 volvieron a batir su record de ventas por la combinación de: innovación de enfoques, procesos y diseño, así como de la reducción de costos. Por otro lado y debido a la importancia de las patentes, que fueron de 2,725 en Estados Unidos, (de hecho ya se habían acumulado para ese momento 20,600 patentes), en este año se dio especial importancia al departamento de Investigación y Desarrollo organizándolo en tres niveles:

- 1) Oficina Corporativa de Tecnología, encargada de innovar tecnología y llevarla sinérgicamente a las otras divisiones de negocios.
- 2) Centros de Investigación y Desarrollo que se enfoquen en cada una de las divisiones y que no pierdan de vista que el tiempo de vida de un producto en el mercado es de uno o máximo 2 años.
- 3) Red global de centro de Investigación y Desarrollo, están distribuidos en Corea, Estados Unidos, Inglaterra, Rusia, Israel, India, Japón y China; y están conectados con el trabajo de otros centros de investigación o universidades para mantener el mismo nivel (o superior) de talento en sus empleados.

Que en conjunto, el diseño es considerado como un componente crucial en las ganancias, por lo que la compañía cuenta con programas de entrenamiento en diseño en el “Instituto de Arte y Diseño Samsung”, y también por ello dan a conocer la iniciativa “Create an Emotional Journey” que tiene como meta lanzar diseños altamente atractivos y reconocidos y que el programa sea intuitivo y con experiencia sensorial.

El siguiente año, 2008, la crisis financiera que nace en los Estados Unidos, dificultó el desempeño de la compañía, de hecho, se vivió de forma casi tan dura como la crisis de 1997, sin embargo, ya tenían experiencia y lograron salir adelante al invertir en las líneas de semiconductores, celulares, LCD y

televisores. Incluso fue la división de Media Digital y Telecomunicaciones las que obtuvieron 35% y 28%, respectivamente, de las ventas totales. En cuanto al sector de Investigación y Desarrollo, el 40% de los empleados formaban parte de él; y se incrementó 29% la cantidad de patentes obtenidas en los Estados Unidos, con un total de 3,515 patentes posicionándose en la primera posición en el ranking de compañías. Por último, los negocios se reagruparon en 2 divisiones:

- Digital Media & Communication Business, que contenía productos de audio, televisión, sistemas de computadoras, comunicación móvil, y otros similares que sean productos ya finales.
- Device Solution Business, que es básicamente Memorias, sistemas de almacenamiento, LCD, y otras partes centrales.

En el 2009, para maximizar la velocidad, eficiencia en costos y sinergias de negocios, se vuelve a cambiar la estructura de negocios. Ahora se dividieron en 8 sectores independientes:

- Negocio de Pantallas
- Negocio de Solución en TICs
- Negocio de Aparatos Digitales
- Negocio de Comunicación Móvil
- Negocio de Sistema de Telecomunicación
- Negocio de Imagen Digital
- Negocio de Semiconductores
- Negocio de LCD

Los resultados tanto de las inversiones en marketing, investigación y desarrollo, diseño y procesos se siguieron viendo tanto en este como en el siguiente año, de hecho el 2010 es prácticamente la culminación de 10 años de arduo trabajo, en este año Samsung es ya líder en ventas de electrónicos y TICs, así como el

desarrollo de estos. Sin dejar de lado que es una de las compañías más grandes en B2B.

Cifras del Periodo 2006- 2010¹²¹

Con respecto a la división de negocios, el 2008 presentó este cuadro, no tan detallado como el del 2005, pero que sin duda permite conocer con más precisión el desempeño de la surcoreana.

Figura 29. VENTAS NETAS POR DIVISIÓN de NEGOCIOS 2006 - 2008			
Billones de dólares			
División	2006	2007	2008
Negocio de Media Digital	22.20	28.26	33.56
Red de Telecomunicaciones	21.74	25.33	27.50
Negocio de Aparatos Digitales	5.92	7.30	-----
Negocio de Semiconductores	22.28	23.80	17.70
Negocio de LCD	11.73	18.19	17.11

Datos tomados de los reportes electrónicos anuales de Samsung Electronics 2006-2008. [En línea]
http://www.samsung.com/mx/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html?url=%2Fmx%2Faboutsamsung%2Fcorporateprofile%2Fourperformance%2Fsamsungprofile_old.html&_ncforminfo=IN-UTTGTtSa03JqCqLOcATQ7a4r1NU8iCwgYr5vy6qbdaiAMeBSZon_dQR39-SxFIZfn5gt6iWEzd5GgBU-0e8K0Kgih1eXfw2lcpZFAbVE%3D [citado el 20 de Julio del 2012].

En el último año no hay datos en Negocio de Aparatos Digitales puesto que esta división formó parte de Negocio de Media Digital.

¹²¹ Este periodo es prácticamente de 4 años ya que en el reporte anual del año 2010 no se presentan las cuentas que se habían estado manejando en los años anteriores, de hecho se presentan solamente los últimos lanzamientos de productos que tuvo la compañía.

Figura 30. PRINCIPALES ACCIONISTAS 2007

Accionista	No. De acciones	% de pertenencia
Citibank N.A.	14,089,230	8.28
Samsung Lide Insurance Co., Ltd.	10,774,501	6.33
Samsung Corporation	5,917,362	3.48
National Pension Corporation	5,447,212	3.20
Lee Kun Hee y familiares	4,790,712	2.82
EURO PACIFIC GROWTH	2,823,753	1.66
Samsung Fire & Marine Insurance Co., Ltd.	1,856,370	1.09
NTC-GOV SPORE	1,777,715	1.04

Datos tomados de: Samsung Electronics "Annual Report 2007". [En línea] <
http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/SECAR2007_Eng_Final.pdf> [citado el 20 de Julio del 2012].

Por último, en el año 2007 también se dieron a conocer los accionistas más grandes de Samsung Electronics; con lo cual puede comprenderse mejor cómo es que se forma Samsung Group: Lee Kun Hee (descendiente de Lee Buyng Chull), y 3 filiales más del grupo son de los principales accionistas de la filial electrónica, sin tomar en cuenta a las demás filiales que también tienen acciones de esta compañía. El mayor capital de filiales y subsidiarias con el nombre Samsung les pertenece está distribuida entre ellas mismas.

CAPÍTULO IV

LG EN LA INDUSTRIA DE LAS TICs: LG ELECTRONICS (2000-2010)

Como ya se mencionó antes, LG¹²² es el tercer *chaebol* más importante de Corea con negocios de petroquímica, telecomunicaciones, electrónica, bienes raíces, consultoría e incluso clubs de deporte. Desde sus inicios fue líder en ventas y pionero en distintas partes de la industria nacional, incluso cuando sus productos eran percibidos por el consumidor como productos de bajo valor y por tanto con muy poca confianza por parte de los mercados internacionales.

El grupo logró darle la vuelta a la moneda gracias a una serie de cambios en su administración y organización para lograr que el mercado global los percibiera más como un conglomerado occidental y no como el extraño *chaebol* asiático. Y de esta forma, además de su innovación y vanguardia, lograron captar la atención y confianza tanto del consumidor como de los accionistas.

4.1 Antecedentes y División de LG Group

Lucky Chemical Company, fundada en 1947 por las familias Koo y Huh, es el inicio de lo que en estos días conocemos como LG. Comenzó con productos cosméticos para el cuidado corporal, tales como crema facial, jabón, pasta de dientes y otros productos que fueron los primeros nacionales de la época. Fue tan bueno su desempeño, que en los años setentas se convirtió en líder en

¹²² Es importante aclarar que el nombre del Chaebol es "LG". "Life's Good" es solamente el slogan utilizado por este conglomerado. Más adelante se explicará cómo el nombre de este Chaebol fue cambiando de "Goldstar Company", a "Lucky-Goldstar" en 1958; y a "LG" en 1995.

ventas del mercado nacional.¹²³ Y pronto y para disminuir el costo de los envases para sus productos, se expandió al mercado de los plásticos siendo el primer productor de plásticos de Corea. Además, se unió en Joint-Venture con la compañía americana “Continental Carbon”, con lo que se convirtió en el productor más grande de carbón, al ser “Lucky Continental Carbon”.

Esta rama del grupo fue la joya de la corona hasta los años ochenta, en los que, al percibir el exhaustivo desarrollo que tendría la industria de las telecomunicaciones así como la creciente competencia en la industria química, optaron por favorecer a Goldstar Company Ltd., su compañía en electrónicos, que era la segunda compañía más importante del grupo (ahora LG Electronics). Fundada en 1958, comenzó produciendo ventiladores eléctricos y luego radios, que aunque eran austeros fueron los primeros totalmente coreanos. Gracias a estas dos compañías, que eran las más importantes del *chaebol* se le conoció como Grupo Lucky-Goldstar.

El grupo sur coreano formuló un plan a largo plazo para el siglo XXI conformado especialmente por el incremento del valor de la marca, invirtiendo en las campañas publicitarias y en el capital de sus filiales y subsidiarias; y en una nueva imagen, así que en 1995 el presidente del grupo, Koo Bon Moo, decidió renombrar al grupo así como a sus filiales y subsidiarias, como LG Group, nombre por el que se le conoce actualmente.

En el 2000, para aumentar la capacidad de negocio comenzó la adquisición de varias subsidiarias por sus filiales; tales como la subsidiaria LG Securities fue adquirida por la filial LG Merchant Banking Corp., o la filial LG Electronics que

¹²³ Sung –Hee, Jwa. (2002) “The Evolution of Large Corporations in Korea” En: Watkins, Thayer. “The Chaebol of South Korea” Obtenido de la página web de la Universidad Estatal de San José. [En línea] <<http://www.sjsu.edu/faculty/watkins/chaebol.htm#LG2>> [Consultado en Agosto del 2012]

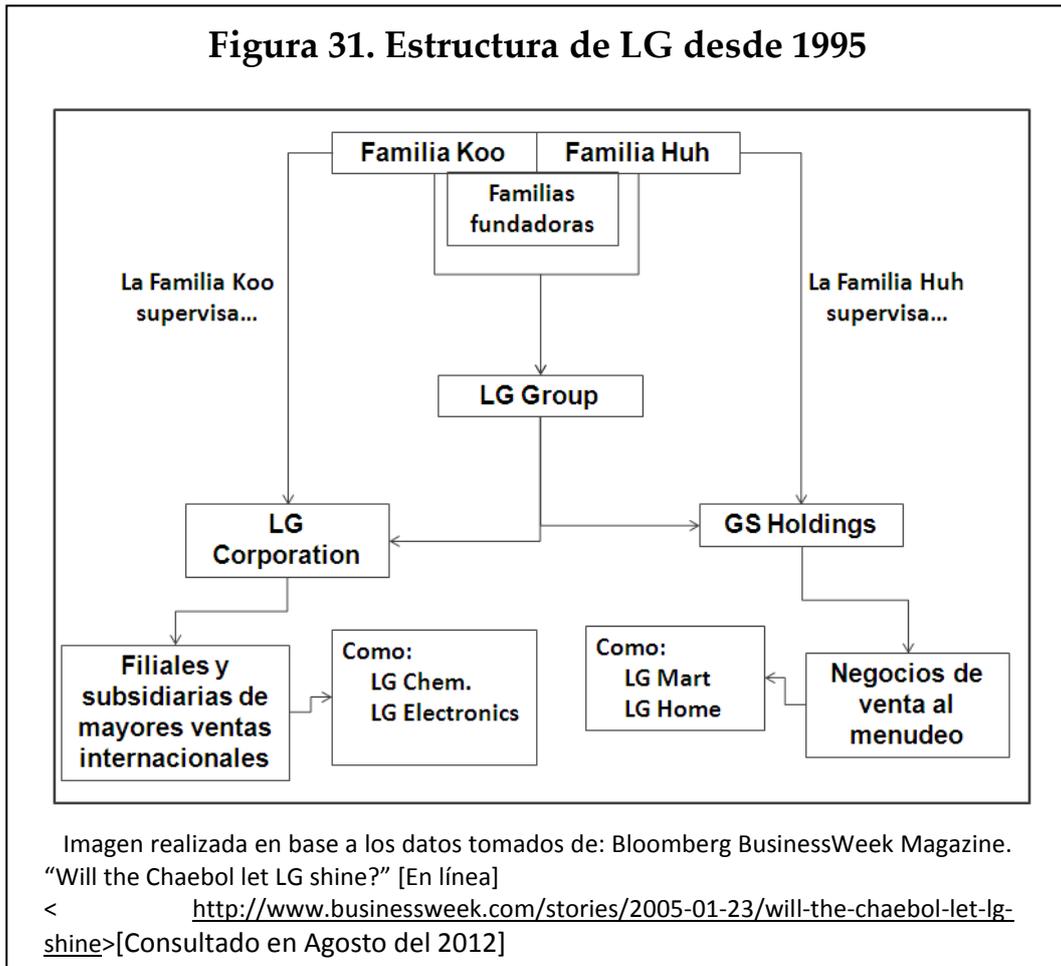
adquirió la subsidiaria LG Information & Communication.¹²⁴ Además, se planteó ser más parecido a los conglomerados occidentales para detener la desconfianza de los inversionistas por el control que las familias fundadoras ejercen en los *chaebol*, así que el Grupo LG decidió cambiar su estructura al establecer dos compañías que supervisarían las inversiones y movimientos financieros de filiales y subsidiarias LG.

Una de ellas es LG Corporation, que se encargaría de las filiales y subsidiarias manufactureras y de mayor importancia para el grupo; y la otra es GS Holdings Corp., que se encarga de los negocios de venta al menudeo.¹²⁵

¹²⁴ Obtenido de la página web www.answers.com "LG Corporation. Gale Directory of Company Histories: LG Corporation" [En línea] < <http://www.answers.com/topic/lg-corporation> > [Consultado en Agosto del 2012]

¹²⁵ Obtenido de la página web de Bloomberg Businessweek Magazine. "Will the Chaebol Let LG Shine" Enero 23 del 2005. [En línea] < <http://www.businessweek.com/stories/2005-01-23/will-the-chaebol-let-lg-shine> > [Consultado en Agosto del 2012]

Figura 31. Estructura de LG desde 1995



Sin embargo, este movimiento fue más una pantalla estratégica, que un cambio drástico en el *chaebol* y es que las familias fundadoras supervisan las dos compañías; entonces, ¿cómo es que se asegura el capital de los inversionistas? La idea de es que la decisión de las familias para mover estos capitales tenga que pasar por una junta directiva para ser aprobada y anunciada, y que de esta forma los inversionistas tengan una idea clara de “¿qué se hizo con su dinero?”.

LG Corporation es una compañía de inversión que maneja y/o administra las filiales y subsidiarias del Grupo LG de la industria electrónica (LG Electronics), la petroquímica (LG Chem), tecnología e información (LG CNS Ltd.), en la producción de obleas de silicio (LG Siltron Incorporated), en la producción de energía solar (LG Solar Energy), en la compra y venta de compañías

(SEVEONE), y otros 9 sectores que dan un total de 15 sectores de la industria alrededor del mundo.¹²⁶ LG Corporation es supervisada por la familia Koo, debido a que fue mayoritaria en la fundación del antes grupo Lucky- Goldstar.

Puesto que LG Electronics forma parte de LG Corporation, esta investigación se enfocará en esta compañía como la “madre” de la filial electrónica.

Por otro lado, GS Holdings es una compañía de inversión maneja y/o administra las subsidiarias y filiales de venta al menudeo tales como GS Retail Co. (cadena de tiendas y supermercados), GS Global Corp. (vende equipo de maquinaria industrial), LG Home y otros. La familia Huh es quien supervisa los movimientos financieros de esta gran compañía.¹²⁷

4.2 LG Electronics (2000-2010)

La filial electrónica de LG Group fue fundada en 1958 bajo el nombre de Goldstar Company Ltd., y de hecho fue la primera compañía coreana de electrónica, la cual consideró que su meta era sacar a la venta productos probados, modernos y competitivos; sin embargo, por la situación deplorable en la que la guerra dejó a este país, estas características se traducían al principio como productos de uso común, que su único lujo era ser los primeros de producción nacional; después pensarían en productos de exportación.

¹²⁶ Obtenido de la página web oficial de Reuters. “LG Corp Profile” Disponible en: <http://www.reuters.com/finance/stocks/companyProfile?symbol=003550.KS> [Consultado en Agosto del 2012]

¹²⁷ Obtenido de la página web oficial de Reuters. “GS Holdings Corp.” Disponible en: <http://www.reuters.com/finance/stocks/companyProfile?symbol=078930.KS> [Consultado en Agosto del 2012].

Comenzaron con la producción de ventiladores y poco después sacó a la venta el primer radio, el primero nacional, al igual que en 1965 el primer televisor nacional (el cual fue fabricado en unión con la japonesa Hitachi), y el primer refrigerador del país.

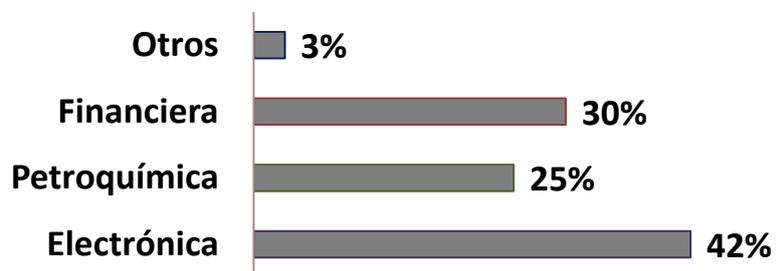
Por estos años Goldstar tuvo sus primeras exportaciones, pero los productos eran vendidos bajo el nombre de la tienda importadora, es decir; se compraban televisiones SEARS hechas en Corea del Sur, pero en realidad eran Goldstar. La razón de esta estrategia comercial era meramente para impulsar las ganancias de la compañía, pero en ningún momento para crecer como compañía conocida en el mundo. Además, tenían que lidiar con los altos precios de patentes, pocos recursos tecnológicos así como recursos humanos poco calificados.

Los negocios fueron fructíferos en la década de los setentas, cuando establecieron más de 20 subsidiarias en Corea y alrededor del mundo hasta que en los ochentas, con la llegada del gobierno liberal, (y con el éxito de Samsung en la producción y venta de semiconductores), Goldstar experimentó una serie de dificultades económicas que la obligaron a adquirir gran cantidad de créditos, que aunque le aseguró 22 billones de dólares en ganancias; el 42% de las ganancias del *chaebol* eran de la industria electrónica, 25% de la petroquímica, 30% de sus negocios financieros y 3% de otros.

Estas cifras reforzaron la creencia de que la industria de los electrónicos y las telecomunicaciones tendrían mayores ganancias en el futuro, así que el Grupo LG decidió que invertiría más en Goldstar en lugar de Lucky Chemical.¹²⁸

¹²⁸ WWW.ANSWERS.COM, Op. cit.

Figura 32. Ganancias de LG Group por industria, década de los 80's

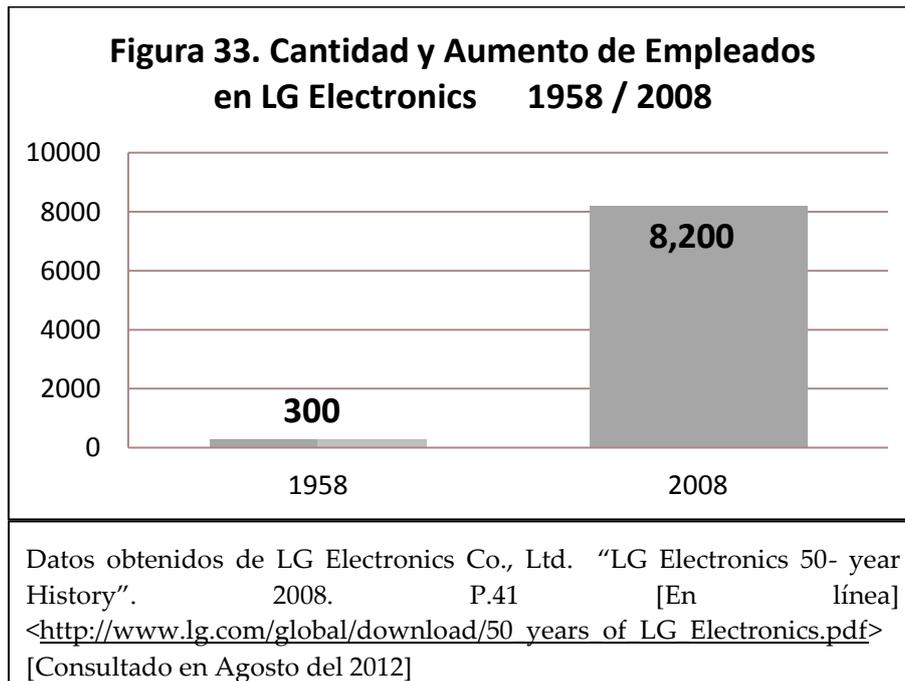


Datos obtenidos de la página web www.answers.com "LG Corporation. Gale Directory of Company Histories: LG Corporation" [En línea] < <http://www.answers.com/topic/lg-corporation> > [Consultado en Agosto del 2012]

En 1981 establecieron su primer laboratorio de diseño, el cual estableció relación con algunas academias que le permitieran descubrir nuevos talentos y promover la industria del diseño entre los coreanos.¹²⁹

Pero a finales de la década, gran parte de las ganancias tuvieron que ser invertidas en el pago de intereses por los créditos pedidos, y la situación se agravó cuando los empleados estuvieron en huelgas que entorpecieron el desempeño de la compañía. Así que en los noventa se tomó un nuevo rumbo.

¹²⁹ LG Electronics Co., Ltd. "LG Electronics 50- year History". 2008. P.41 [En línea] <http://www.lg.com/global/download/50_years_of_LG_Electronics.pdf> [Consultado en Agosto del 2012]



En 1991, Goldstar dejó el mando de la compañía (antes, del nieto Koo) en manos de Lee Hun Jo, un empleado de 27 años de antigüedad en la compañía, que con la estrategia de juntar formas administrativas de Japón y Estados Unidos así como una campaña de alta tecnología y competitividad, que logró:

- Desarrollar la comunicación y cooperación entre empleados y directivos.
- Recuperar clientes perdidos.
- Encontrar un nuevo camino al liderazgo electrónico.
- Desarrollo de diseños para el área de venta, especialmente para Corea.

En tan sólo 3 años las ventas subieron, los ingresos netos y habían vuelto a ser líderes nacionales en electrodomésticos. Y en 1995 cambió el nombre de Goldstar a LG Electronics.

También se adquirieron el 56% de las acciones de Dacom Corp. (la operadora en servicios de telefonía más importante de Corea) por 1.5 billones de dólares. Pero

vendió la subsidiaria LG Semicon Co. a Hyundai Electronic Business para contrarrestar los efectos de la crisis asiática.

Dichas estrategias permitieron que LG y Samsung se disputaran el segundo lugar en electrónicos pero, LG no pudo fortalecer el nombre de la marca lo suficiente y quedó desde entonces en el tercer lugar.

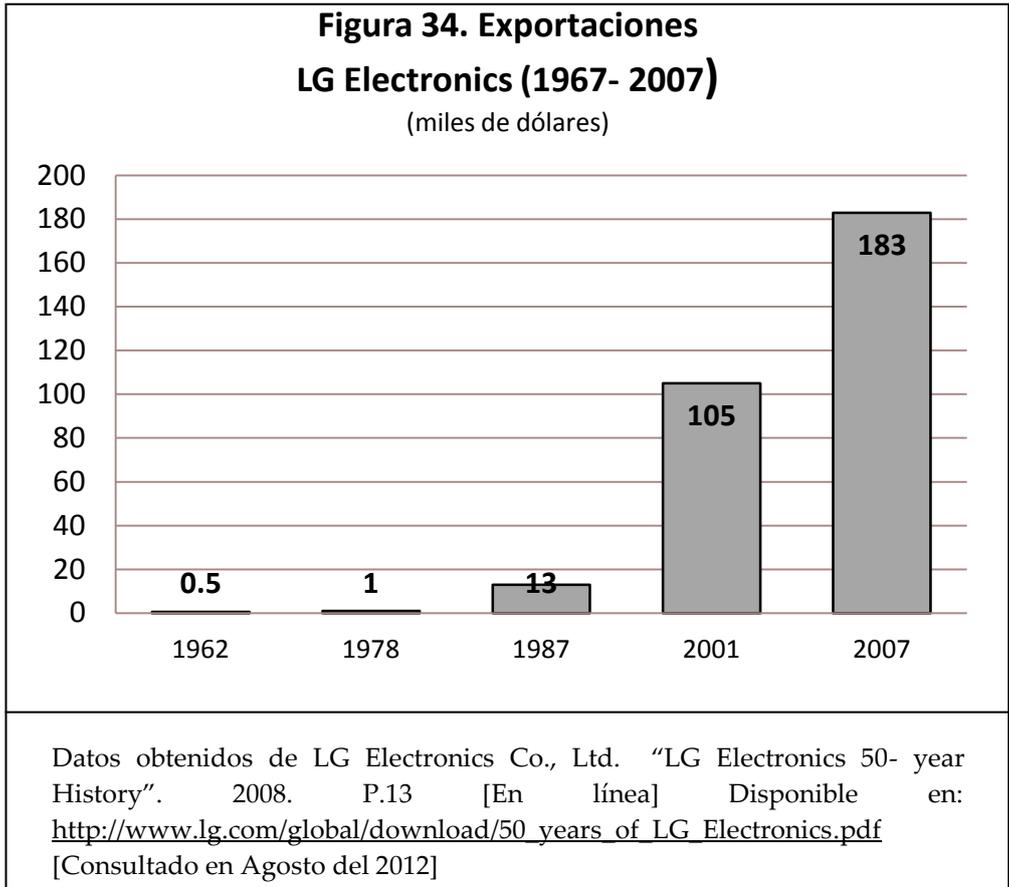
4.2.1 Utilidades de LG Electronics en el mercado internacional (2000-2010)

Actualmente cuenta con aproximadamente 50 subsidiarias en 80 países.¹³⁰ Es el número uno en venta de ventiladores industriales y con ventas exitosas en el sector de telecomunicaciones. Tiene varias Joint-Venture (JV) con otras compañías electrónicas, una de las más importantes es el JV con Philips en la producción de pantallas LCD.

LG Electronics mantiene una estrategia para elevar el valor de la marca sin perder el mercado que le puedan brindar los productos de bajo valor, en la cual, LG Electronics vende todos los productos de alto valor, mientras que Zenith vende los productos de bajo valor.¹³¹

¹³⁰ WWW.ANSWERS.COM, Op. cit.

¹³¹ Obtenido de la página web oficial de Bloomberg Businessweek Magazine. "Korea's LG: The Next Samsung?" Enero 12 del 2005 [En línea] < <http://www.businessweek.com/stories/2005-01-12/koreas-lg-the-next-samsung> > [Consultado en Agosto del 2012]



Es decir, la antes Goldstar es una compañía que, aunque tiene ciertas debilidades (como la invertir moderadamente en los nuevos mercados, o darle más importancia al diseño que a la tecnología), mantiene una muy buena situación económica desde sus inicios, está comprometida con el medio ambiente, así como con las necesidades del mercado local; y es una de las compañías de electrónicos y tecnologías de la información que promete formar el camino de Corea del Sur en el mundo no sólo como otra potencia económica, sino como uno de los pilares en la economía asiática e internacional.

A) Periodo 2000 – 2005¹³²

El siglo XXI comenzó de forma fructífera para la economía coreana registrando un crecimiento de 9.2% en su economía, así como un 36.9% en comercio internacional; lo cual representaba ya una gran oportunidad para LG, y por si fuera poco, la demanda de monitores en el mercado chino hizo que la surcoreana creciera sus números en ventas pero además instalara una planta de producción del producto en el país vecino, que significa un acierto en la meta de la compañía por llegar al mercado chino y dominar la demanda del mismo.

Por otro lado, LG Electronics ya contaba para el 2000 con 25 Institutos de Tecnología e Investigación en Corea, así como 13 en el extranjero operados por el 22.9% de la fuerza total de trabajo de la compañía, y con una inversión de 840 millones de dólares.

Sin embargo, desde 1999 la compañía lanzó la iniciativa “Digital LG” que pretendía impulsar a la compañía como el mejor productor digital, especialmente de TV digitales así como en la industria de telecomunicaciones. Desde ese momento se les nombró a todas las divisiones de negocios como “compañías digitales”, que para el 2000 eran 4:

- Compañía de Pantallas, representaba el 30.9% de las ventas totales de la compañía, de hecho era en ese momento la compañía de mayor importancia para LGE, tenía la producción de televisiones, monitores, y partes centrales usadas en este tipo de aparatos, los cuales han tenido

¹³² LG Electronics Co., Ltd., “LG Electronics Annual Report”. 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 y 2005. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/ir/reports/annual-reports.jsp> [Consultado en Agosto del 2012]

muy buen desempeño en el mercado alemán, brasileño, chino y británico.

- Compañía de Media Digital, a pesar de ser la segunda división más importante para LG con el 30.0% de las ventas totales, fue este el negocio que más creció en el 2000. Maneja productos como reproductoras de VHS, computadoras personales, reproductores CD-ROM, CD-RW, DVD-ROM, DVD (o también conocidas como “unidad de de almacenamiento óptico), MP3 y teléfonos alámbricos aptos para video-llamadas.
- Compañía de Aparatos Digitales, para estos momentos ya producía refrigeradores, aire acondicionados (manteniéndose en la posición número uno global en la producción y venta de este bien), lavadoras, aspiradoras, microondas, hornos de gas así como compresores; que le generaban el 26.2% de las ventas totales de LG Electronics.
- Información y Comunicación, esta división era de hecho la subsidiaria LG Information & Communication, que al ser adquirida por LG Electronics en Septiembre del 2000 pasó a ser parte de la división de negocios que producía el 12.9% de las ventas totales, sin embargo representaba una gran oportunidad para el futuro comercial de la surcoreana, de ahí que se subdividió en tres negocios:
 - Compañía de Teléfonos Digitales, se enfocó en la producción de teléfonos de alta tecnología, y era de los pocos que tenía a los llamados “Keyphones” los cuales eran similares al tamaño de una llave, que aunque no tuvieron mucho futuro en el mercado, si fueron muy aclamados por un tiempo.
 - Compañía de Sistemas Digitales y Compañía de Redes Digitales, que se encargaban de la producción de productos para el servicio de internet, además de que eran proveedores de Russia, India, Belice.

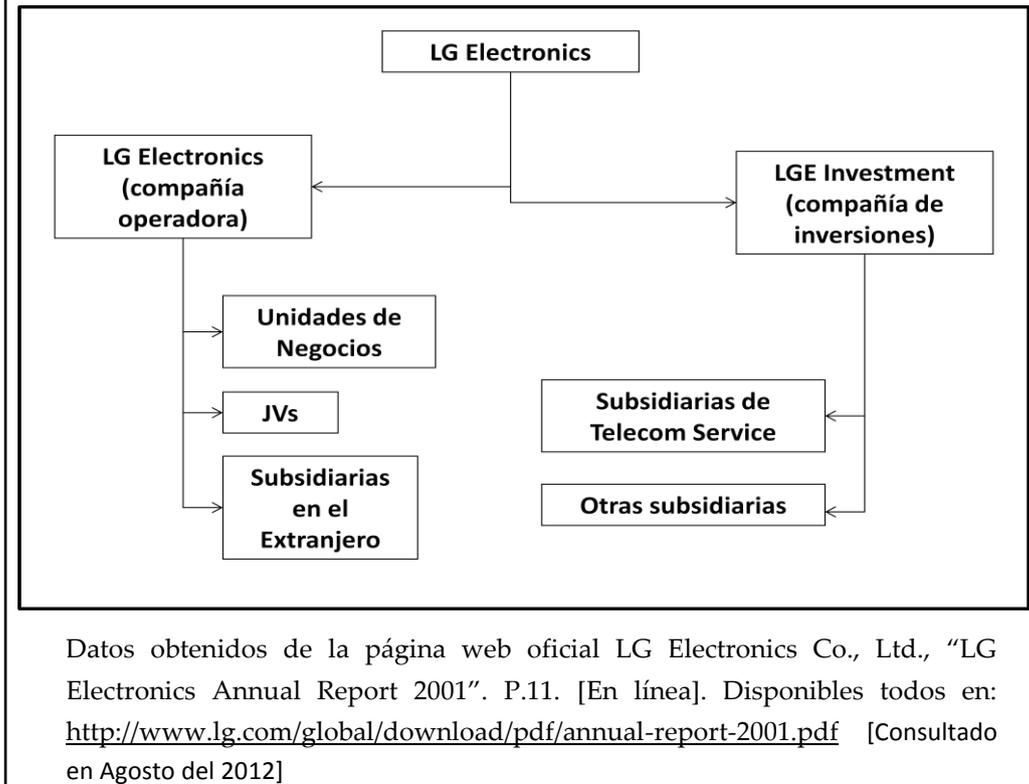
Este año presentó un plan de estrategias que además trabajaron el fortalecimiento de la marca LG, que como recordaremos, el *chaebol* Lucky-Goldstar había adoptado este nombre al igual que todas sus filiales y subsidiarias en el año de 1995. En el plan de estrategias también se incluían las siguientes:

- La ya mencionada adquisición de LG Information & Communication para abarcar mayor proporción de mercado global, así como para el desarrollo de proyectos en redes domésticas y redes móviles.
- Establecieron sociedad con otras compañías importantes en el mundo, tales como Microsoft, Sony, Intel, Philips y Hitachi.
- Desarrollaron el e-Business en cuatro áreas, Investigación y Desarrollo (R&D), sistema de administración, en el proceso de producción y en el sistema de mantenimiento.

Para el siguiente año, 2001, el desempeño de la compañía en el mercado global tuvo muchas dificultades luego del ataque terrorista del 11 de Septiembre así que se decidió tomar medidas tales como un sistema administrativo de “efectivo-orientado” con el cual, las inversiones hechas en los negocios fueron de acuerdo a su capacidad para generar efectivo; fortaleció los centros de R&D con el plan “TL2005” para desarrollar los productos claves de la compañía, así como para seguir a la vanguardia del mercado.

Pero el cambio más importante fue reestructurar la compañía al concentrar los recursos en los negocios más importantes y así disminuir el riesgo en las inversiones, se dividió en LG Electronics, que sería la parte operadora, y LG Electronics Investment que sería la compañía financiera. La siguiente imagen muestra con más detalle la nueva organización:

Figura 35. Nueva Estructura de LG Electronics



Estos cambios dentro de la compañía eran, entre otras cosas, fortalecer la competitividad de sus productos, y así como mejorar la administración en la compañía para lograr crecimientos más notables. Además, tuvieron cambios en la división de negocios para este año fueron:

- Aparatos Digitales (investigación, desarrollo y producción de aparatos en general para el hogar),
- Pantallas Móviles y Media (investigación, desarrollo y producción de productos multimedia, pantallas y otros componentes centrales),
- Celulares (investigación, desarrollo y producción de teléfonos celulares con tecnología CDMA, GSM, conexión inalámbrica y/o alámbrica), y

- Sistemas de Telecomunicación (investigación, desarrollo y producción de sistemas de comunicación celular, equipo de transmisión y de redes).

En el 2003, las operaciones de LGE seguían al alza, las subsidiarias de LGE habían incrementado su número a más de 70 y tenía una fuerza laboral de 55 mil empleados; sin olvidar que reorganizaron dichas unidades de tal forma que quedaron resumidas en 3 cuando la división de Telecommunication y Mobile Handset formaron la unidad Telecommunication Equipment & Handset obteniendo resultados de crecimiento:

Figura 36. Resultados en porcentaje, del crecimiento de las Unidades de Negocios	
Unidades de Negocios	%
Aparatos Digitales	22%
Pantallas Móviles y Media	17%
Telecomunicación y Celulares	35%
LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report 2003". 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 y 2005. [En línea]. Disponibles todos en: http://www.lg.com/global/pdf/annual-report-2003.pdf [Consultado en Agosto del 2012]	

Todos estos cambios y con una mayor inversión y tecnología, fueron la estrategia para lograr la primera de dos metas fundamentales, que fue convertirse en una entre las 10 mejores compañías electrónicas del mercado global para el 2006. La estrategia tenía una visión de "selección y enfoque" del flujo de efectivo que se invertía en las unidades de negocio que aseguraba

menores riesgos, mayores ganancias y la correcta colocación de las unidades de negocios según el mercado.

Esta estrategia se complementó en el siguiente año al introducir la estrategia de “crecimiento acelerado” en las unidades de negocio que impulsó el valor de la marca por medio de la innovación e inversión en los productos claves (muy similar a la estrategia “TL2005” en los centros de R&D) tales como las TV digitales, celulares 3G, TV de plasma, monitores LCD, almacenamiento óptico y aire acondicionado. Los resultados fueron incremento en las ventas en el extranjero que fueron del 76% y el comienzo de la expansión a los mercados de China, Vietnam e India.

La segunda meta era la de convertirse para el 2010 uno de los tres mejores competidores del mundo, que lograrían con la estrategia a largo plazo “The LG Electronics Way” la cual por medio del fortalecimiento de la marca y de la competitividad de sus productos, de la capacitación y desarrollo de la creatividad y capacidad de los empleados, y de mantenerse con excelentes niveles de vanguardia en tecnología y diseño; podrían alcanzar dicho meta.

Por otro lado, el 2004 fue hasta ese momento el mejor de su historia pues el ingreso neto fue de 1.5 billones de dólares gracias a los esfuerzos del marketing agresivo de años atrás, además, de que fue reconocida por la revista Business Week en su labor de expansión global. Y se convirtió en el tercer vendedor de celulares en el mercado de América del Norte; en Europa la venta de dichos celulares crecieron 61%, mientras que la división de Digital Display creció 19%.

A esto, es oportuno mencionar que la división de negocios volvió a cambiar, ahora estuvo conformada de la siguiente manera:

- Comunicaciones Móviles (crecimiento de 55% en ventas y 99% en las ganancias por operación, además de declararse eco-amigable en todos sus productos).
- Aparatos Digitales (creció 10% en las ventas pero con el liderazgo en el mercado global de varios productos; ganó premios de excelencia comercial, de marca nacional, producto del año, excelencia en el uso de energía, Marketing y más).
- Pantallas (tienen premios en innovación, como una de las 10 mejores tecnologías de Corea, producto del año y excelencia en diseño que pueden verse reflejados en el 19% de crecimiento en las ventas).
- Media Digital (las TIC se aplican más en este negocio que en cualquier otro, y aunque sus ventas cayeron un 7%, el liderazgo de sus productos en almacenaje óptico se mantuvo).

También fue este año cuando presentaron los programas sociales de la compañía tales como “Grupo Voluntario de LG Electronics” que se encarga de la instalación de talleres de TICs así como la capacitación en ellas.

Estos programas sociales se pueden separar en dos partes:

- 1) La primera es “Administración Eco-Amigable” que tiene programas de desarrollo de tecnología eco-amigable.
- 2) La segunda parte es “Contribuciones sociales”, que cuenta con apoyo a fundaciones, actividades voluntarias, actividades dentro de la compañía, patrocinio cultural y deportivo.

Para el 2005, último año de este apartado, LG Electronics ya dominaba el 29% del mercado global en almacenaje óptico, 16% en sistemas de teatro en casa, 20.9% en celulares CDMA, 10% en reproductores DVD y 15% del mercado de TV de plasma. Además de que ya contaba con 14 laboratorios de R&D en Corea y 16 alrededor del mundo, así como con el “Instituto de Tecnología LG Corporate. Centro de Producción, Ingeniería e Investigación LG”; sin olvidar los centros de diseño que tienen en ciudades estratégicas como New Jersey, Tokio, Beijing, New Dehli y Milán.

En este mismo año, estuvieron manejando 3 puntos de trabajo para las metas antes planteadas:

1. Estrategia de crecimiento, debía de tener resultados rápidos de innovación y crecimiento.
2. Competencia central, se refería al liderazgo en productos, mercado y entre la elección de las personas.
3. Cultura Corporativa, que se componía de tres principios, el primero es que no hay excusas sino resultados; el segundo es tener en mente que se

debe pensar en “nosotros” y no sólo en “yo”; y por último era crear y mantener un ambiente laboral confortable.

Este último punto es muy relevante pues la fuerza de trabajo es precisamente quien ha llevado a la compañía a cada uno de sus triunfos. Este año tenían un total de 72,415 empleados, 56.4% en el extranjero y 43.6 % en Corea.

Cifras del periodo 2000 – 2005¹³³

Desde años antes LG Electronics cargaba con varias deudas a pagar y con un cierto retraso económico, sin embargo, a lo largo de la primera década del siglo XXI puede notarse un buen desempeño financiero de la compañía, incluso cuando tuvo pérdidas.

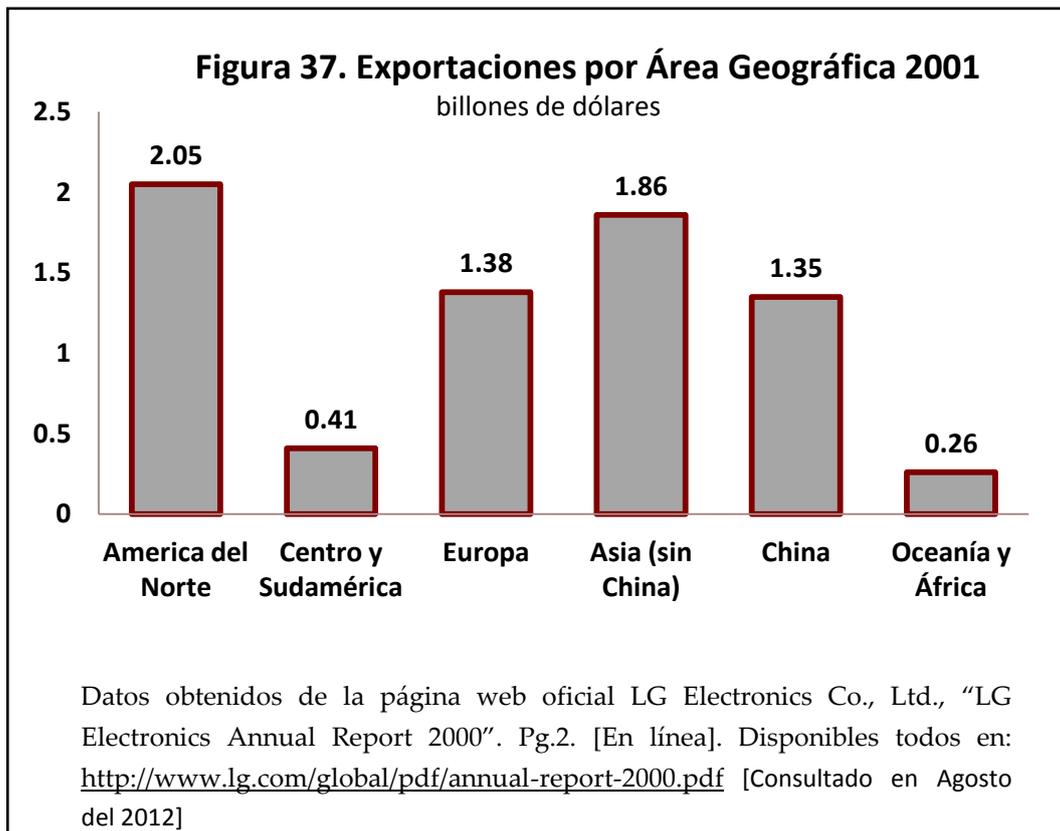
Un acierto que ha tenido la compañía desde la década de los ochentas es que reconoció la importancia de las telecomunicaciones en los mercados futuros, y es que aunque este éxito tardó algunos años, la surcoreana no quitó el dedo del renglón adquiriendo su propia subsidiaria de telecomunicaciones y al agregar en las divisiones de negocios, una especialmente para esta parte de la industria.

En el 2000 las exportaciones por área geográfica registraban un alto consumo de los productos LGE en la parte norte del continente americano, en parte por las alianzas estratégicas que había hecho antes la compañía con locales. Por otro

¹³³ Para examinar las siguientes bases de datos es necesario tener en cuenta que LG Group y todas sus filiales y subsidiarias presentan los reportes financieros en la moneda nacional coreana, el Won, y no muestra un tipo de cambio promedio por año, sin embargo, en este estudio se presentarán todas las cuentas en dólares, tomando en cuenta el tipo de cambio anual que maneja LG en cada año para asegurar la presentación financiera de las dos compañías en igualdad de condiciones con respecto al tipo de cambio.

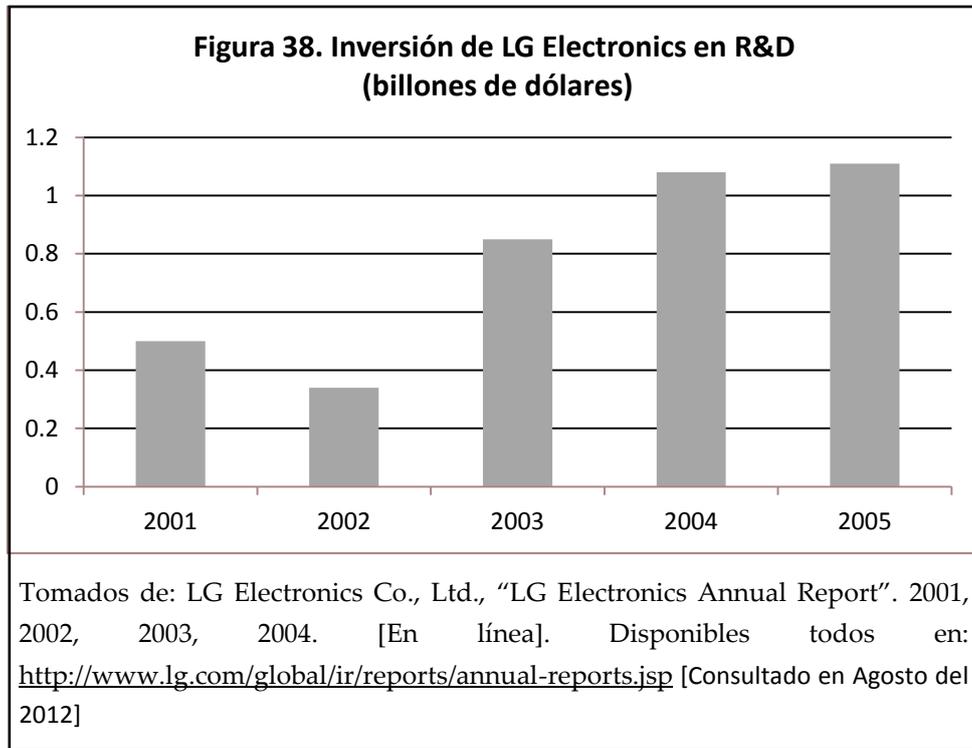
lado, China, que en ese año aún no tenía la completa atención de LG, era la cuarta de todas las áreas en importar estos productos.

Pero tanto Centro y Sudamérica así como África fueron los que menos consumieron productos LG, y de hecho estos mercados fueron un tanto olvidados los primeros años de la década por la gran oportunidad que el mercado que el este y centro de Asia representaba. Las exportaciones de LGE en el 2000 se presentaron de la siguiente manera (según el tipo de cambio del año: 1\$ → 1130.3 ₩):



En cuanto al desempeño de la compañía en el primer lustro de esta década, podemos destacar que el año 2001 si afectó algunas de las ganancias de la compañía a tal magnitud que incluso el siguiente año tuvo las cifras más bajas. No obstante, la recuperación del 2003 fue de casi el doble sin que aumentara la

deuda a largo plazo, lo que supone que las estrategias implementadas así como la reducción de riesgo en inversiones y operaciones generaron el efectivo necesario para recuperarse financieramente y para disminuir sus pasivos.



Es objeto de crítica es la inversión en el departamento de R&D, que aunque constante y creciente, ha sido baja como para que LGE se considere la compañía más vanguardista del mercado.

Figura 39. VENTAS POR DIVISIÓN DE NEGOCIOS 2000-2004						
billones de dólares						
División de Negocios	2000	2001	2002	2003	2004	Total
<u>Aparatos Digitales</u>						
V. Domésticas	1.56	1.66	1.13	1.63	1.9	7.88
Exportaciones	1.86	2.07	1.04	3.1	4.05	12.12
V. Totales	3.42	3.73	2.17	4.73	5.95	20
<u>Pantallas y Media</u>						
V. Domésticas	1.43	1.11	0.63	0.95	1.28	5.4
Exportaciones	6.55	3.99	2.32	4.82	7.14	24.82
V. Totales	7.98	5.1	2.95	5.77	8.42	30.22
<u>Telecomunicaciones</u>						
V. Domésticas	0.56	1.61	0.26	1.3	1.55	5.28
Exportaciones	0.38	1.33	0.1	4.96	7.53	14.3
V. Totales	0.94	2.94	0.36	6.26	9.08	19.58
<u>Celulares</u>						
V. Domésticas	---	0.04	0.43	0.71	1.12	2.3
Exportaciones	---	0.51	0.93	3.63	6.87	11.94
V. Totales	---	0.55	1.36	4.34	7.99	14.24
<u>Otros</u>						
V. Domésticas	0.74	0.14	0.05	0	0.13	1.06
Exportaciones	0	0.01	0.01	0.01	0.02	0.05
V. Totales	0.74	0.15	0.06	0.01	0.15	1.11
Tomados de: LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report". 2000, 2001, 2002, 2003, 2004. [En línea]. Disponibles todos en: http://www.lg.com/global/ir/reports/annual-reports.jsp [Consultado en Agosto del 2012]						

Con lo que respecta al desempeño de sus portafolios de negocios, tenemos que desde el 2001, las telecomunicaciones y las TIC forman parte importante de los productos de LG Electronics. Lamentablemente, en el reporte anual del 2005 no se presentan las cantidades de ventas de estas divisiones.

Como podemos apreciar, el portafolio de Pantallas y Media es, hasta el 2004, el que genera mayores ganancias por ventas, sin embargo el portafolio de telecomunicaciones esta en tercer lugar y la venta de celulares aunque parece baja, es bastante grande cuando se pone en comparación de las demás compañías en el mercado global.

No podemos dejar de lado, el segundo lugar que tiene Aparatos Digitales, en gran parte por el primer lugar global que tiene la venta de aires acondicionados industriales, de hecho, estos aparatos siguen siendo, hasta el momento de entrega de la investigación, número uno en ventas globales.

Por lo que se puede decir, que la primera mitad de la década de estudio en este trabajo, presentó un desempeño no sólo bueno, sino importante para darnos cuenta de que LGE, aunque no sea el número uno en Corea y el mundo, si es una compañía que tiene la pericia para actuar en los momentos de crisis, en su manera y con resultados positivos.

B) Periodo 2006 – 2010¹³⁴

Para esta segunda mitad de la década, LG estaba en casi 120 países, además de contar con 38 centros de R&D, que le han valido para obtener el 11° iF Design Award, 29° Red Dot Design Award y el IDEA Award.

No obstante estos reconocimientos, lo más importante para la compañía en esos momentos fue lograr la meta de convertirse en una de las tres compañías más

¹³⁴ LG Electronics Co., Ltd., “LG Electronics Annual Report”. 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/ir/reports/annual-reports.jsp> [Consultado en Agosto del 2012]

importantes del mundo de la electrónica, así que en el 2006 dieron a conocer los 5 pasos para que los mantendría en el camino para lograr esta meta:

- 1) Es relevante para las finanzas de la compañía obtener para el año 2010 el 20% de la inversión de capital hecha desde este año (ROIC, Return of Capital Investment), este punto involucra también a los accionistas que obtendrán mayores ganancias por sus inversiones.
- 2) El punto tal vez más obvio pero no tan sencillo debido a la competencia; mejorar y/o asegurar la posición de todos sus productos en el mercado global.
- 3) Todos los productos LGE deben de ser considerados como una fusión entre los productos de línea blanca con productos de línea café¹³⁵ para que no sean simples aparatos electrónicos sino aparatos digitales, diseñados y creados especialmente para la satisfacción del cliente por medio del uso de las TICs.
- 4) La imagen de la compañía es sumamente importante, y es que no sólo es que sea reconocida o aceptada, sino que forme un lazo de confianza y lealtad con el consumidor.
- 5) Por último, la fuerza de trabajo es el principal motor de una compañía, y LG lo sabe, por eso promueve de forma sana la competencia, cooperación, capacitación y desarrollo de habilidades entre sus empleados.

Y además presentaron la estrategia que se aplicaría en los departamentos de R&D y de Diseño, la llamaron visión, “Compañía Grandiosa. Gente Grandiosa”:

¹³⁵ Dentro de la industria de la electrónica hay dos clasificaciones para los productos, la primera se refiere a los que son meramente electrónicos, responden a comandos simples y constantes; esos son productos de la línea blanca, término que se usa comúnmente entre las personas. La segunda clasificación, es la de los productos de la línea café, los cuales son productos de la electrónica que tienen la definición de digitales pues genera una serie de acciones inteligentes y con el uso de las TIC. En general, esta clasificación suele distinguirse por la palabra “smart” antes del producto, tal como los “smart-phones”.

- Las labores de investigación, desarrollo, diseño y producción estarían conectadas por medio de la cooperación de ingenieros, diseñadores, mercadólogos y otros estrategas para promover el valor del producto.
- De ahí que el diseñador se tomara como parte de la planeación del producto y de su comercialización.
- Se premiaría a los mejores trabajos y proyectos con el título de “Super Diseñador”

Al igual en otros años, las divisiones de negocio cambiaron, se mantuvieron Pantallas, Aparatos Digitales, Media Digital y se reformó la de telecomunicaciones en Comunicaciones Móviles. Además de que compañías como Google, Yahoo, Best buy, y Prada se unieron a la lista de alianzas que tiene LG.

El siguiente año, LG reconoció que la sinergia en sus procesos era otro punto relevante para incluir en el camino al top 3 de las compañías electrónicas, así que se remarcó la relación de la eficiencia en la sinergia de producción y comercialización de sus productos; aparte de que se debía de hacer una diferencia en el mercado por medio de la confiabilidad de la marca y las ganancias.

De hecho, actividades de patrocinio en deportes como Football, snowboarding, Hockey de hielo cricket y golf, así como el patrocinio de becas para la educación y programas de ayuda a comunidades necesitadas; son la forma perfecta para impulsar el valor de la marca y promocionarse ante el mundo como una compañía comprometida con el mundo y no sólo con las ventas. Este tipo de situaciones incrementa el valor de la marca como de sus productos.

El 2008 fue especialmente un año lleno de volatilidad que lo convirtió en el año con más complicaciones financieras en el mercado, pero como respuesta decidió que la innovación era la clave no sólo para reducir el riesgo de pérdidas, sino también para incrementar sus ventas. El plan en Innovación, que prometió mejoras en el desempeño del negocio, líneas de producción, cartera de productos, canales de colaboración, relación del consumidor con la marca, portafolio de negocios, organización y finanzas de la compañía; constó de 6 pilares:

- 1) Enfocar la administración al crecimiento y al incremento del ROIC.
- 2) Reorganización de las divisiones de negocios para generar mayores ganancias con menores costos.
- 3) Generar estrategias de mercado que estén en armonía con las características del mercado al que van dirigido.
- 4) Inversión en la marca nacional así como en la global.
- 5) Promoción del diseño y la innovación.
- 6) La organización de la compañía debe de ser un poco más global, pues a veces produce mayores costos el diseño local que las ganancias obtenidas.

En cuanto al departamento de diseño lanzaron la visión “Digital Life Creator”, o “Creador de Vida Digital”, que se refería a las características esenciales de todo producto LG, el concepto, estilo, interface y terminado.

El panorama del 2009 y 2010 fue mucho más alentador que el del año pasado, sobretodo porque logró entrar en el top 3 global de las empresas líderes en electrónica un año antes de lo previsto, el siguiente paso era que cada una de sus subsidiarias, centros y laboratorios, LGE tuviera una visión global; sin

olvidar que una cosa era lograr la meta y otro muy distinto era mantenerla por lo que diseñaron este plan de 5 puntos:

- 1) La nueva visión de LG Electronics era “Ser el mejor del mundo en enriquecer la vida a través de la innovación”, es decir, no es suficiente satisfacer un deseo y/o necesidad, sino enriquecer esa satisfacción.
- 2) Para mantener esta posición tan esperada, es necesario encontrar nuevos negocios, tecnologías, tendencias y mercados; que de preferencia la competencia no haya descubierto.
- 3) Promover la capacitación y recompensas a la creatividad del empleado.
- 4) Para la surcoreana la labor social es tan apremiante como la comercial, por eso es que no sólo se trata de escalar posiciones en el mercado, sino también de contribuir a un mundo mejor.
- 5) La competitividad de LGE debe de incrementarse en todas sus áreas y procesos.

También, como parte de la estrategia, hubo cambios en el portafolio de negocios. Ahora serían cinco, con mayor enfoque a las tendencias y oportunidades del mercado:

- 1) Entretenimiento en casa. Esta división se encarga de productos como televisiones LCD y plasma, sistemas de audio y video, proyectores y almacenamiento óptico (líder en él desde 1998).
- 2) Comunicaciones Móviles. Se encarga de las telecomunicaciones y ya era para ese momento el tercer proveedor de celulares más grande del mundo.
- 3) Electrodomésticos. Única división que ha permanecido con el mismo nombre desde el 2000, maneja productos tales como lavadoras, refrigeradores, microondas, hornos, aspiradoras y otros productos de

cocina; que como se mencionó, son productos digitales, son productos de línea blanca-café.

- 4) Compañía de Aire Acondicionado. Debido al liderazgo de los aires acondicionados LG en el mundo y durante tantos años, se tomó la decisión de hacer de estos una sola división que maneja este producto en variedades como residenciales, comerciales, de energía solar, con pantalla, luz, y para sistemas en red domésticas.
- 5) Solución de Negocios. Esta unidad está muy encaminada al B2B y se encarga de productos como los monitores, pantallas comerciales, sistemas de seguridad y el equipo de “infotainment”¹³⁶ en los autos.

En cuanto al tema de las patentes, LG estaba en la posición 12 de las 50 compañías con mayor registro de patentes en Estados Unidos, según el servicio de patentes IFI CLAIMS¹³⁷; coloca a la empresa (con 1,411 patentes) sobre Intel (1,244), Apple (676) y Nokia (585).

En pocas palabras, LG Electronics no es una compañía de ensamblaje, sinónimo de mala calidad; sino que, día a día refuerza su papel como una de las compañías que genera la mayor parte de tecnología vanguardista de los últimos años, alrededor del mundo.

¹³⁶ Este término se refiere a los aparatos electrónicos usados para el entretenimiento, pero con la cualidad de que estos utilizan como base de su funcionamiento a las TICs, para así maximizar la experiencia del usuario.

¹³⁷ IFI CLAIMS Patent Service. “IFI CLAIMS 2011 Top 50 US Patent Services” [En línea] <http://www.ificlaims.com/index.php?page=misc_Top_50_2011> [Consultado en 29 de Agosto del 2012].

Cifras del periodo 2006 -2010¹³⁸

LG Electronics es una compañía con un valor de 38.5 billones de dólares y crecimiento anual de 10%, e incluso cuando las ganancias por operación son bajas, las ventas se incrementan en 10% al igual que el valor de sus productos en los mercados globales. El valor agregado de los mismos aumenta a medida que se involucra los departamentos de R&D y de diseño en su producción; y puede notarse en las ventas alrededor del mundo.

Figura 40. EXPORTACIONES POR ÁREA GEOGRÁFICA					
billones de dólares					
Área Geográfica	2006	2007	2008	2009	2010
América del Norte	5.98	6.76	6.59	7.32	13.58
Centro y Sudamérica	1.99	2.5	2.19	2.35	6.27
Europa	5.9	6.01	5.04	5.22	12.01
Asia	5.73	4.25	3.51	4.96	8.88
Medio Oriente y África	1.24	1.75	1.75	1.83	4.7
Corea	3.99	3.75	2.85	2.09	6.79
Otros				2.35	
Total	24.83	25.02	21.93	26.12	52.23

LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report". 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/ir/reports/annual-reports.jsp> [Consultado en Agosto del 2012]

Con la división de negocios puede verse con más detalle cuales han sido los productos. En los siguientes cuadros se presentan primero los años 2006 y-2007, y después 2008-2010 pues la reorganización en el portafolio de negocios de unos años a otros difiere mucho incluso en la colocación de ciertos productos.

¹³⁸ Los tipos de cambio por año son de la siguiente manera: 2006→\$1 : W 929 | 2007→ \$1:W 938
2008→ \$1:W 1,257| 2009 →\$1:W 1,167 [Consultado en Agosto del 2012]

La división de Pantallas Digitales ha sido el líder de todas las unidades gracias al especial cuidado y esfuerzo puesto en la producción de televisiones en sus distintas variedades. Mientras que la división de telecomunicaciones está progresando y dando frutos luego de tantos años de confianza de la empresa en esta rama de la industria.

Figura 41. VENTAS POR DIVISIÓN DE NEGOCIOS 2006 y 2007		
billones de dólares		
División de Negocios	2006	2007
Pantallas	7.18	7.76
Aparatos Digitales	6.98	7.26
Comunicación Digital	6.48	6.76
Media Digital	3.74	3.25
Total	24.38	25.03

LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report". 2006, 2007. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/ir/reports/annual-reports.jsp> [Consultado en Agosto del 2012]

Con la última organización del portafolio de negocios, sobresale Aire Acondicionado puesto que por mucho tiempo fue parte de Aparatos Digitales, siempre como líder del mercado, hasta que en el 2008 impulsaron aún más este producto al dejarlo como una división, y de hecho funcionó bien pues tiene crecimientos constantes y fuertes. Y también impulsaron un poco más el B2B al crear "Soluciones de Negocios"; gracias a este movimiento en la actualidad es (junto con Samsung Electronics) uno de los principales proveedores de componentes centrales a sus competidores.

Figura 42. VENTAS POR DIVISIÓN DE NEGOCIOS 2008- 2010			
billones de dólares			
División de Negocios	2008	2009	2010
Entretenimiento en Casa	7.25	9.15	20.37
Comunicación Móvil	7.08	8.36	13.06
Electrodomésticos	3.73	4.44	9.92
Aire Acondicionado	1.97	2.09	4.18
Solución de Negocios	1.97	2.09	4.7
Total	22	26.13	52.23

LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report". 2008, 2009, 2010. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/ir/reports/annual-reports.jsp> [Consultado en Agosto del 2012]

Por último, otro buen indicador del desempeño de LGE, es el creciente número de empleados, tanto dentro como fuera de Corea. Estas son las Cifras:

Figura 43. Cantidad de Empleados					
Área	2006	2007	2008	2009	2010
Corea	29,986	29,496	28,659	29,828	31,840
Extranjero	52,963	50,787	55,786	52,308	58,738
Total	82,949	80,283	84,445	82,136	90,578

LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report". 2006, 2007, 2008, 2009, 2010. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/ir/reports/annual-reports.jsp> [Consultado en Agosto del 2012]

Con este análisis, se puede concluir que LG Electronics siempre se ha mantenido a la vanguardia de la tecnología pero además con el compromiso de ser una compañía en pro del medio ambiente y de la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

Ya se mencionó y demostró que LG es la segunda compañía más importante de electrónicos en Corea y una de las más importantes en el mundo, pero más allá de eso, es una compañía que promete no sólo desarrollar y producir aparatos normales de electrónica, sino que puede ser parte de las compañías eje en el desarrollo y evolución de las TICs en cada rincón del mundo.

CONCLUSIONES

Años atrás, en los cincuentas se creía que el siglo XXI sufriría los efectos buenos y malos de una revolución tecnológica; habrían autos voladores, las casas tendrían a su propio robot que estaría al servicio de la familia, la comida sería artificial, el espacio estaría ya poblado por el humano así como por extraterrestres, la vida natural de flora y fauna sería casi nula... en fin, predicciones que si bien muchas no se han cumplido, la de la “revolución tecnológica” se acertó completamente, y es que es gracias a ella 90% del conocimiento científico que ha logrado desarrollar el ser humano, se generó en los últimos 30 años del siglo XX.

“Tecnología”, cuando las personas escuchan esa palabra usualmente la relacionan con comodidad, buen nivel de vida, una nueva dinámica social, grandes o diminutas máquinas, robots, y muchas ideas más. Y todas son acertadas ya que la tecnología es la aplicación del conocimiento científico en conjunto con ciertas herramientas que conforman una herramienta avanzada que facilita en algún grado el trabajo y vida de una persona.

Esa es la finalidad de la tecnología: facilitar, mejorar el proceso, el tiempo, la salud; es decir, mejorar la vida de quien la usa como de otros. Entre las ramas de la tecnologías, se encuentra la Tecnología de Información y Comunicación, la cual se encarga del almacenamiento, procesamiento, y transferencia de información, gracias a ello esta tecnología es capaz de crear nuevos procesos y soluciones, incluso es capaz de crear patrones de reconocimiento de preferencias y necesidades para llegar a ser capaces de conformar la solución exacta para su usuario; prácticamente todos los aparatos electrónicos están relacionados con la TICs.

“¿Qué importancia tienen?” dirán algunos, especialmente para el estudio de las Relaciones Internacionales; bueno, pues de hecho sí tienen gran relevancia para esta ciencia social. En primera instancia, las aplicaciones mencionadas y más, son usadas en el trabajo diario de cualquier internacionalista; en segunda instancia, el impacto que tiene en los varios panoramas del sistema internacional no deberían ser olvidados, y es que, desde la tan mencionada revolución tecnológica los gobiernos y las compañías han invertido cada vez más en el desarrollo técnico científico de las TICs, registrando utilidades aún mayores al grado de convertirse en parte esencial del comercio interior y exterior de algunos países.

De hecho Suecia, Islandia, Finlandia, Dinamarca, Luxemburgo, China, Japón y Corea, son líderes mundiales en telecomunicaciones, y para Corea representa el 30% de las exportaciones totales, es decir, Corea se ha convertido, incluso ante el escepticismo de muchos, en un gigante en el mercado de la tecnología.

Pero llegar hasta ese punto no ha sido tarea fácil, tuvieron que superar la ocupación japonesa, los efectos de la Segunda Guerra Mundial, el conflicto bélico de los años cincuenta entre las corrientes nacionales comunistas y capitalistas, la división del territorio nacional por el paralelo 38, y finalmente la pobreza extrema en la que quedó sumergida la nueva Corea del Sur.

Fue en el gobierno del presidente Park Chung Hee que en vista de la situación desesperada en la que se encontraba el país decidieron tomar todas las herramientas posibles para salir adelante. Para esto necesitaban los recursos monetarios que los *Chaebol* tenían, así que fueron estos grandes conglomerados familiares los que recibiendo las facilidades del gobierno, pusieron en marcha la industria y economía de Corea.

Actualmente existen aproximadamente 70 *Chaebol* en Corea, alrededor de 15 están considerados como gigantes industriales y tan sólo 5 son tan diversificados en sus actividades industriales que se dice que a donde ellos se muevan, es a donde se moverá la economía nacional. Estos son:

- 1) Hyundai
- 2) Samsung
- 3) LG
- 4) SK
- 5) Daewoo

Cinco *Chaebol* que han sabido manejar las adversidades de la llegada de los gobiernos liberales, las reformas el poder del *Chaebol*, competencias del mercado, y las dos crisis económicas más importantes de Corea (1997 y 2008).

Otro factor relevante en el crecimiento económico de Corea es la educación. Y es que teniendo un sistema educativo muy similar al de los demás países, están entre los mejores índices de educación en el mundo. La razón se remonta hasta principios de los años setentas, cuando se decidió incluir la educación tecnológica a partir del grado de secundaria, además de promover la creación de centros de estudios tecnológicos, un ministerio gubernamental dedicado a este fin, así como carreras e investigaciones sobre temas tecnológicos.

Por otro lado, para comenzar mejorar la producción de sus productos nacionales, las compañías (especialmente de este rubro) enviaban a sus talentos más prometedores a que aprendieran en las compañías y universidades en el extranjero. Sus apuntes aún son guardados por las compañías o el gobierno como una especie de tesoro del desarrollo nacional. “Educa a las nuevas generaciones para que trabajen y engrandezcan la industria y servicios que hoy

promueves” debió ser el pensamiento de los gobiernos coreanos, especialmente el de Park Chung Hee.

No se puede dejar de lado la inversión extranjera de finales de los años setenta, en los que se les otorgó facilidades y concesiones muy importantes, con lo que muchas compañías extranjeras establecieron centros de trabajo en territorio coreano.

Además también se presentaron políticas económicas y financieras bien aplicadas, junto con una cultura nacional del trabajo arduo y en equipo, respeto y educación; todas estas acciones y actores dieron paso a una nueva Corea; sin embargo, la industria de la información y comunicación dio el impulso determinante en el camino para postular al país como un gigante asiático y posiblemente mundial que hoy puede jactarse de una muy buena reputación en la comunidad internacional gracias a que se posiciona entre los índices más altos de vida, empleo, economía, industria, y otros; tal como lo hacen los primermundistas europeos.

Dichos logros, tienen nombre y apellido al analizar a dos de los *Chaebol* más importantes en la economía nacional y en la industria global de las TICs, Samsung y LG.

Samsung, que es el líder en tecnología nacional, fue fundado en el año de 1938 como una pequeña exportadora de verduras y pescado por Lee Byung Chull, sus primeros años fueron un poco complicados pero floreció en el mercado de los alimentos, en el textil y petroquímica, construcción civil y de barcos.

A finales de los sesentas se fundaría Samsung Electronics, la que sería la joya de la corona en el imperio familiar, no sin antes enfrentar varios obstáculos como

bajo presupuesto, personal poco capacitado, maquinaria precaria o nula, poca experiencia en el negocio, y otros. Sin embargo, optó por la capacitación de su personal, promover la creatividad de estos, invertir grandes capitales en maquinaria vanguardista, y mejoramiento de procesos administrativos y de producción, y en el crecimiento de la marca Samsung.

Actualmente es una de las mejores compañías en el mercado de las TICs, de hecho, es el estandarte asiático entre los mejores celulares del mundo, seguido por LG y la taiwanesa HTC; además, está entre las compañías más vanguardistas de electrónicos, entre las 10 compañías de TICs con mayor número de patentes registradas en Estados Unidos (incluso más que su principal competidor Apple).

Se ha ganado su lugar entre los más exitosos del B2B, y mantiene importantes programas de patrocinio a la educación, y ayuda a las comunidades más necesitadas, así como proyectos eco-amigables que los posiciona como una compañía social y ecológicamente comprometidas.

Por el lado del *Chaebol* LG, sus comienzos se remontan hasta 1947, cuando las familias Kuh y Huh se unieron para fundar la compañía de artículos de aseo e higiene personal Lucky Chemical.

Más tarde comenzaron a diversificarse hacia el negocio de la petroquímica y venta al menudeo, además de la filial en electrónica Goldstar Company que no sería conocida como LG Electronics hasta la década de los noventa, al igual que todo el *Chaebol*.

Goldstar Company fue la primera en producir electrónicos nacionales y en exportarlos (a pesar de ser vendidos bajo el nombre de la tienda y no de Goldstar Company). Puesto que LG vio en las telecomunicaciones el futuro de

Corea decidió invertir mayoritariamente en su filial electrónica, pero a pesar de los esfuerzos que hicieron, no pudieron superar completamente el impacto comercial que tuvo Samsung con su transistor, las reformas financieras y dificultades internas que provocaron la caída de LG al segundo lugar en las compañías de electrónicos nacionales, y al tercer lugar en el conteo de los *Chaebol*.

Actualmente, la marca cuenta con un buen renombre, nueva reestructuración financiera al interior, nuevo nombre legal y varios programas de patrocinio y caridad que han colocado a LG como una de las mejores compañías de TICs en Corea como en el mundo.

Samsung y LG tienen muchas diferencias entre sí, LG prefirió reestructurar financieramente al grupo entero y así brindarle a sus accionistas mayor seguridad sobre sus inversiones en el *Chaebol*, pero Samsung no considera que estas acciones tengan tanta relevancia dentro del grupo gracias a los resultados que han obtenido.

En cuanto al portafolio de negocios que manejan estas dos compañías, también hay algunas diferencias que le han permitido a Samsung abarcar mayor diversidad de productos en el mercado, mientras que a LG le dio la facultad de entrar con mayor facilidad al mercado de los celulares, y ahí desarrollarse.

Por otro lado, Samsung suele invertir fuertemente en nuevos y prometedores mercados, es decir, a mayor riesgo mayor la inversión, criterio que les ha dado sus mayores éxitos tanto como grupo como filiales; mientras que LG prefiere invertir con poco riesgo y con capitales mesurados, con lo que ha logrado un crecimiento sostenido pero no siempre el primer lugar.

No se puede dejar de lado el esfuerzo de Samsung por fortalecer el nombre de la marca, especialmente en los mercados extranjeros. En cuanto a la competencia de tecnología y diseño, es LG quien suele tener mayores resultados en diseños, cuando Samsung los tiene en la tecnología.

A pesar de las diferencias, son dos compañías que hasta hace dos décadas eran menospreciadas en el mercado internacional, y ahora son las protagonistas de el éxito que la industria de las TICs le ha traído a Corea, y es que estas dos compañías han permitido reconocer a Corea como un generador de tecnología de vanguardia y calidad, así como un socio comercial con mucho futuro.

En pocas palabras, tal como lo demuestra esta investigación, debido a la importancia que ha demostrado tener la industria de las TICs en la economía coreana, así como las aplicaciones que tiene en las demás ramas industriales, Corea puede nombrar a las TICs como las causantes de su auge económico en el escenario nacional e internacional; sin olvidar que actúa como un embajador comercial coreano ante el mundo, dando a conocer el éxito que se vive, así como vaticinando los próximos años con mayores ganancias y beneficios.

Sin olvidar que Corea tiene un gran camino por delante en el mejoramiento político, económico y social; sin embargo, ese país anteriormente dividido, destruido, y con la maquila como su único ingreso monetario; debe de ser ahora reconocido por la comunidad internacional como un gigante asiático, y posiblemente como uno de los próximos protagonistas del comercio internacional en los años venideros, y no solamente por sus ganancias en el comercio exterior, sino también porque según distintos índices de vida, Corea demuestra día a día ser un país que a pesar de todas las adversidades, y críticas a sus sistemas para resolver problemas, ha logrado posicionarse al nivel de los países de primer mundo.

En cuanto al quehacer internacionalista, es indispensable que se reconozca a las TICs como el eje de cambio para una nueva dinámica social, económica y política; no es suficiente pensar que las computadoras y los celulares han cambiado la interacción tradicional de las personas, no es tan sencillo.

Cada aspecto que las Relaciones Internacionales estudian, cada fenómeno, debe de tener la consideración de que la comunicación entre los actores involucrados, las características de los procesos y hasta sus resultados son afectados de alguna forma por las TICs, de tal forma que pueden ser decisivas, o tal vez no; pero siempre estarán presentes ya sea como un dato o como una variable.

Además, no son solamente un celular o un reproductor de música, sino que son una herramienta que según el evento y el uso que se les dé, es como puede influenciar en la realización de los estudios internacionalistas.

El mundo va cada vez más rápido, Corea lo sabe y ha usado todas estas consideraciones a su favor. Las utilizó como medio para impulsar su economía, incrementar el valor de conocimiento en la educación, y las seguirán usando para mejorar su nivel de vida así como para desarrollarse en el escenario internacional; pero además las seguirá usando para obtener ventajas sobre los demás actores, así como para seguir creciendo.

Las TICs, ya son parte de nuestras vidas, así que prescindir de su estudio, consideración y uso, sería una decisión poco prudente en el desempeño de un país y de un internacionalista.

FUENTES DE CONSULTA

Introducción

Bibliografía

- Alam, Sahid M. (1989). *Government and Markets in Economic Development Strategies: Lessons from Korea, Taiwan, and Japan*. Editorial PRAEGER. New York City, US.
- Arteaga López, Eugenio. (1990). *Corea, el Milagro del Río Han*. Editorial Iberoamérica. México.
- Bindé, Jerome (editor). (2001). *Keys to the 21th Century*. Editorial UNESCO publishing / Bergahn Books.
- Castells, Manuel. (2004). *La era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Editorial Wiley-Blackwell. United Kingdom.
- Castells, Manuel. (1999). *The Informational City. Information Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional Process*. Editorial Wiley-Blackwell. United Kingdom.
- Forester, Tom. (1992). *Sociedad de Alta Tecnología*. Editorial Siglo Veintiuno Editores. México.
- Geoffry L.Herrera. (2006). *The Railroad, the Atom Bomb, and the Politics on Technological Change* . Editado por State University of NY Press. New Yor City. US.
- Gilpin, Robert. (1987). *The politics of International Economic Relations*. Princeton University Press. 2004. E.E.U.U.
- Greenwood, Jeremy. (1997). *The third industrial revolution, technology, productivity, and income inequality*. Editorial American Enterprise Institute for Public Policy Research. WashingtonD.C., US.
- Griffiths, Martin, *et al.* (2008). *International Relations. The Key Concepts*. Editorial Routledge. New York City, US.

- Suh, Joonghae y H.C. Dereck Chen. (2007). *Corea como economía. Proceso Evolutivo y enseñanzas del conocimiento*. Editado por Banco Mundial. US.
- Wilkinson, Paul. "International Relations" Segunda edición. Nueva York, EUA. Ed. Sterling Publishing Co. 2010.

Fuentes Electrónicas

- Allard Neumann, Raúl. (2004) *Globalización, rol del Estado y relaciones internacionales en el realismo de Robert Gilpin*. En Revista de Estudios Internacionales. Universidad de Chile. Instituto de Estudios Internacionales. Vol. 37, Número 146. Chile. [En línea] <<http://www.revistas.uchile.cl/index.php/REI/article/viewFile/14536/14852>>
- Grupo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la Universidad Politécnica de Madrid. [En línea] <<http://www.gtlic.ssr.upm.es/demo/curtic/1tl101.htm>>
- Korean Economic Institute. "Korea's Economy" [En línea] <<http://www.keia.org/economy.php>>
- Organization for Economic Development and Co-operation (OECD) [En línea] <http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-korea_20752288-table-kor>
- Piñero, Fernando Julio y José María Julio Araya. (2005) *Revolución científico-tecnológica y sociedad de la Información. Análisis a través de indicadores de seguimiento de la división digital en América Latina*. Editado por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México. [En línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/376/37602902.pdf>>
- San José State University. The Chaebol of South Korea [En línea] <<http://www.sjsu.edu/faculty/watkins/chaebol.htm>>
- Servicio de Cultura e Información de Corea, Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo. "Datos sobre Corea" [En línea] <www.korea.net>

- Stephan b, *et al.*, (eds.), *Economic Crisis and Corporate Restructuring in Korea: Reforming the Chaebol* [En línea] <<http://www.sjsu.edu/faculty/watkins/chaebol.htm>>
- Yanagimachi, Isao. (2004). *Chaebol Reform and Corporate Governance in Korea*. Editado por The 21st Century Center of Excellence Program "Policy Innovation Initiative: Human Security Research in Japan and Asia" Graduate School of Media and Governance Keio University. Japan. [En línea] <<http://coe21-policy.sfc.keio.ac.jp/ja/wp/WP18.pdf>>

Primer Capítulo

Bibliografía

- Dosi, Giovanni. (2000). *Innovation, Organization and Economic Dynamics*. Ed. Edward Elgar Publishing Inc. USA.
- Forester, Tom. (1992). *Sociedad de Alta Tecnología*. Editorial Siglo Veintiuno Editores. México.
- Sein, Chia Lin Editor. (2003). *Southeast Asia Transformed: a Geography of Change*. Ed. Institute of Southeast Asia Studies. India.
- Suarez y Alonso, Ramón Carlos. (2007). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Ed. Ideaspropias. España.
- William Mejía Batero Editor. (2005). *Identidades10*. Ed. Norma. Colombia
- Yue and Lim Editores. (2002). *Information Technology in Asia. New Development Paradigms*. Ed. Institute of Southeast Asia Studies. Singapur.
- Zhang and Zheng. (2009). *China's Information and Communication Technology Revolution. Social Changes and State Responses*. Ed. Routledge. USA.

Fuentes Electrónicas

- Castells, Manuel. "La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura". Tomo I. Prólogo "La red y el Yo". Primera Edición. Oxford, Reino Unido. 1997, [En línea] <<http://www.geocapacitacion.com.ar/geoweb/biblio/laera.pdf> >
- Central Intelligence Agency . Publications (CIA) – The World Factbook. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>
- Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – South Korea "Líneas telefónicas, Celulares e Internet. http://devdata.worldbank.org/ict/kor_ict.pdf
- International Telecommunication Union. ITU Statistics. Top Ten Countries: ITU ITC Development Index. [En línea] <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Benchmarking_IDI2010_dev_top10.xls > [citado en: Mayo del 2012].
- Katz, Raúl. "El papel de las TIC en el desarrollo: Propuesta de América Latina a los retos económicos actuales." Colección Fundación Telefónica. El Salvador. 2009. Pág. XII. Cuaderno 19. Disponible en Telefónica el Salvador S.A. de C.V. [En línea] <<http://www.telefonica.com.sv/pronino/noticias/docs/INFORME%20EL%20PAPEL%20DE%20LAS%20TIC%20EN%20EL%20DESARROLLO.pdf> >
- Myoken, Yumiko. "Overview of ICT Strategy in Japan" Reino Unido. Ed. Science and Innovation Section. British Embassy. 2008. Pg.2 [En línea] <http://ukinjapan.fco.gov.uk/resources/en/pdf/5606907/5633632/Overview_of_ICT_Strategy.pdf >
- The World Bank. Data. GDP growth (annual%). [En línea] <<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>>
- The World Bank. "Information and Coommunication (ICT) At- a – Glance Tables. – <<http://data.worldbank.org/data-catalog/ICT-table>>

- United Nations Development Programm. **Informe sobre Desarrollo Humano 2011**. Ed. Informes sobre el Desarrollo Humano. 2011. Obtenido de: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_ES_Table1.pdf

Segundo Capítulo

Bibliografía

- Chang, Chan Sup. And Chang, Nahn Joo. (1994) “The Korean Management System. Cultural, Political, Economic Foundations .” Ed.Quorum Book. London.
- “Datos sobre Corea”, Ed. Servicio Exterior de Información de Corea., Edición 2010, Seúl, República de Corea. 2010.
- Editores Coe, David T., Kim Se-Jik. (2002). *Korean Crisis and Recovery*. Ed. International Monetary Fund – Korean Institute for International Economy Policy. Korea.
- Ed. por Prof. Silbert, Jaime. “La República de Corea hoy: Economía, Sociedad, Relaciones Internacionales.” (1997) Ed. Comunicarte Programa de Estudios Contemporáneos Coreanos y del Noreste Asiático. Argentina.
- Editores Oh, Kogndam. (2000). *Korea Briefing 1997-1999. Challenges and Change at the turn of the Century*. Ed. East Gate. USA.
- Ed. por Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE., (2010) “OECD Economic Surveys. Korea.”, Vol. 2010/12, Serie: OECD Economic Surveys, Ed. OCDE.
- Ed. por Swee-Hock, Saw. (2011) “Manaching Economic Crisis in Southeast Asia” Ed. Institute of Southeast Asian Studies. Singapore.
- Marchini Geneviève. (2008). *Sistema financiero y financiamiento del desarrollo de Corea del Sur*. Revista bimestral “Economía Informa”

No.355. Ed. Facultad de Economía, Universidad Nacional Autónoma de México. México.

- Santarriaga, Ma. de los Dolores. "Reformas Institucionales en la Gobernanza Corporativa: caso Corea del Sur 1997-2005." En: Rangel, José Ernesto. "Los Vínculos. Corea del Sur –México: historia, política y economía." Colima, México. Ed. Universidad de Colima.
- Tanehashi, Amado J. " Empresa y Negocios en Asia Oriental. Estrategias y Acciones." Barcelona, España. Editorial UOC. 2004.

Fuentes Electrónicas

- "Corporate Governance and Finance in East Asia" Vol.II, Banco Asiático de Desarrollo, 2001. Tomado de "Emerging Market Spotlight, The Chaebols in South Korea: Spearheading Economic Growth" de Thomas White Global Investment, 2010; [En línea] <<http://www.thomaswhite.com/pdf/emerging-markets-spotlight-korea-chaebols-november-10.pdf>>
- Fu-Lai Yu, Tony. (2000). *Coordination and industrial Organization: South Korea's Chaebols versus Taiwan's Small Enterprises*. The journal of the Korean Economy, Voll II, No.2. <<http://www.akes.or.kr/akes/downfile/FLYu.pdf>>
- Gateway to Korea "Facts about Korea" [En línea] < <http://www.korea.net/AboutKorea/Korea-at-a-Glance/Facts-about-Korea>>
- ILMA. AYUNTAMIENTO DE COLINDRES. "Los consorcios como forma de colaboración" [En línea] <<http://www.colindres.es/cursosuc/curso1/pdf/mariaeugeniagomez.pdf>>
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) – Programme for International Student Assessment (PISA) "About PISA" [En línea] < <http://www.oecd.org/pisa/aboutpisa/> >

- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) – Programme for International Student Assessment (PISA) “Participating Countries / Economies” [En línea] <<http://www.oecd.org/pisa/participatingcountriесеconomies/>>
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) – Programme for International Student Assessment (PISA) “PISA in focus” [En línea] <<http://www.oecd.org/pisa/49442737.pdf>>
- Signs of our Times – Graphics and signs of social trends. “OECD Education Rankings - 2011” [En línea] <<http://ourtimes.wordpress.com/2008/04/10/oecd-education-rankings/#science>>
- Thomas White. Global investment. (2010). *Emerging Market Spotlight. The Chaebols in South Korea: Spearheading Economic Growth*. Ed. Thomas White International Ltd. <<http://www.thomaswhite.com/pdf/emerging-markets-spotlight-korea-chaebols-november-10.pdf>>
- UNITED NATIONS EDUCATIONAL SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION – INTERNATIONAL BUREAU OF EDUCATION. “World Data on Education. South Korea.” pp.2. [En línea] <http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/Publications/WDE/2010/pdf-versions/Republic_of_Korea.pdf>
- U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION. NATIONAL CENTER FOR EDUCATION STATISTICS. “Highlight from PISA 2009: Performance of U.S. 15 year-old-students in Reading, Mathematics and Science Literacy in an International Context” [En línea] <<http://nces.ed.gov/pubs2011/2011004.pdf>>
- VIRGINIA TECH. DIGITAL LIBRARY AND ARCHIVES. Yi, Sangbong. “Technology Education in Korea: Curriculum and Challenges” pp. 42. [En línea] <<http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/IOTS/Summer-Fall-1997/PDF/7-Yi.pdf>>

Tercer Capítulo

Bibliografía

- Chang, Sae-Jin. "Sony vs. Samsung. The Inside Story of the Electronics Giants' Battle for Global Supremacy", Singapore. Ed. John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd. 2008.
- Ed Rowley, C. and Paik, Y. (Eds.) "the Changing Face of Korean management" Serie: Working in Asia. Ed. Routledge- Taylor & Francis Group. NY. 2010
- Pucik, V. and Lim, J.C. (2002) "Transforming HRM in a Korean Chaebol: A case of study of Samsung" En: Rowley, C. and Paik, Y. (Eds.) "The Changing Face of Korean management.", Ed. Routledge – Taylor & Francis Group. NY. 2009.

Fuentes Electrónicas

- IFI CLAIMS Patent Service. "IFI CLAIMS 2011 Top 50 US Patent Assignees" [En línea] <http://www.ificlaims.com/index.php?page=misc_Top_50_2011>
- Innovation Leaders. "Profile: Samsung" en Innovation Leaders. [En línea] <http://innovationleaders.org/sam_company_profile.html>
- Interbrand "Best Global Brands 2011" [En línea] <<http://www.interbrand.com/EN/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2011.aspx>>
- Kimura, Tatsuya. "The "Smile Curve" Phenomenon in the Japanese Assembly-Type Manufacturing Industry." Japan., Fujitsu Research Institute., 2003. [En línea] <<http://jp.fujitsu.com/group/fri/en/economic/publications/report/2003/report-167.html>>
- Ranking the Brands.com "Samsung. Ranking where listed" [En línea] <<http://www.rankingthebrands.com/Brand-detail.aspx?brandID=518>>

- Ranking the Brands.com “Samsung. SyncForce Ranking the Brands Top 100 Positions” [En línea] < <http://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=30> >
- Reuters. “Profile: Samsung Electronics Co., Ltd.” [En línea] <<http://in.reuters.com/finance/stocks/companyProfile?symbol=005930.KS> >
- Samsung. “About Samsung. Samsung History.” [En línea] <<http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/history06.html>>
- Samsung Hong Kong “ About Samsung Group” [En línea] <http://www.samsung.com/hk_en/info/legal.html>
- Samsung. “Perfil de Samsung 1995-2010” de los reportes anuales de los años 2000-2010. [En línea] <http://www.samsung.com/mx/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html?url=%2Fmx%2Faboutsamsung%2Fcorporateprofile%2Fourperformance%2Fsamsungprofile_old.html&ncforminfo=IN-UTTGTtSa03JqCqlOcATQ7a4r1NU8iCwgYr5vy6qbdaiAMeBSZon_dQR39-SxFlZfn5gt6iWEzd5GgBU-0e8K0KgiH1eXfw2lcpZFAbVE%3D>
- Samsung Electronics Co., Ltd., “Samsung Electronics Annual Report”. 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 y 2005. [En línea]. <http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/ourperformance/samsungprofile_old.html>
- Samsung Electronics Co., Ltd., “Samsung Electronics Annual Report 2000”. [En línea]. < http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/annual2000_r2000.pdf>
- Samsung Electronics “2004 Samsung Electronics Annual Report”. 2004. [En línea] <<http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/2004SamsungAnnualReport.pdf>>

- Samsung Electronics Co., Ltd., "Samsung Electronics Annual Report 2005". [En línea].<
http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/samsung_ar2005.pdf>
- Samsung Electronics "Annual Report 2007". [En línea] <
http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corporateprofile/download/SECAR2007_Eng_Final.pdf>
- Song, Jae-Yong., "Korea's Tasks in Global Knowledge-based Economy", En: Korea Focus. 2009. [En línea] <
http://www.koreafocus.or.kr/design2/layout/content_print.asp?group_id=102430>
- The Economist "Samsung and its attractions. Asia's new model company." Seúl.[En línea] <<http://www.economist.com/node/21530984>>
- The Economist. "Samsung. The next big bet." Seúl. 1 de Octubre del 2011. [En línea] <<http://www.economist.com/node/21530976>>

Cuarto Capítulo

Fuentes Electrónicas

- Bloomberg Businessweek Magazine. "Korea's LG: The Next Samsung?" [En línea] < <http://www.businessweek.com/stories/2005-01-12/koreas-lg-the-next-samsung>>
- Bloomberg Businessweek Magazine. "Will the Chaebol Let LG Shine" Enero 23 del 2005. [En línea] <
<http://www.businessweek.com/stories/2005-01-23/will-the-chaebol-let-lg-shine>>
- Business Week. "GS Holdings". Disponible en:
<http://investing.businessweek.com/research/stocks/financials/financials.asp?ticker=078930:KS&dataset=balanceSheet&period=A¤cy=native>

- Business Week. "LG Corp". Disponible en: <http://investing.businessweek.com/research/stocks/earnings/earnings.asp?ticker=003550:KS>
- IFI CLAIMS Patent Service. "IFI CLAIMS 2011 Top 50 US Patent Services" [En línea] <http://www.ificlaims.com/index.php?page=misc_Top_50_2011> [Disponible el: 29 de Agosto del 2012].
- LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report". 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 y 2005. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/ir/reports/annual-reports.jsp>
- LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report 2000". Pg.2. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/pdf/annual-report-2000.pdf>
- LG Electronics Co., Ltd., "LG Electronics Annual Report 2001". Pg.11. [En línea]. Disponibles todos en: <http://www.lg.com/global/download/pdf/annual-report-2001.pdf>
- LG Electronics Co., Ltd. "LG Electronics 50- year History". 2008. P.41 [En línea] <http://www.lg.com/global/download/50_years_of_LG_Electronics.pdf>
- Reuters. "GS Holdings Corp." Disponible en: <http://www.reuters.com/finance/stocks/companyProfile?symbol=078930.KS>
- Reuters. "LG Corp Profile" Disponible en: <http://www.reuters.com/finance/stocks/companyProfile?symbol=003550.KS>
- Sung -Hee, Jwa. (2002) "The Evolution of Large Corporations in Korea" En: Watkins, Thayer. "The Chaebol of South Korea" Obtenido de la página web de la Universidad Estatal de San José. [En línea] <<http://www.sjsu.edu/faculty/watkins/chaebol.htm#LG2>>
- www.Answers.com "LG Corporation. Gale Directory of Company Histories: LG Corporation" [En línea] <<http://www.answers.com/topic/lg-corporation>>