



**UNIVERSIDAD**  
**EAFIT**® | Centro de estudios  
**Asia Pacífico**



REVISTA DIGITAL

---

# MUNDO ASIA PACÍFICO

---

# MAP

---

CENTRO DE ESTUDIOS ASIA PACÍFICO  
UNIVERSIDAD EAFIT

---

Vol. 10 | Número 18 | enero - junio 2021 | e-ISSN 2344-8172

REVISTA DIGITAL

# MUNDO ASIA PACÍFICO

# MAP

CENTRO DE ESTUDIOS ASIA PACÍFICO  
UNIVERSIDAD EAFIT

Vol. 10 | Número 18 | enero-junio 2021 | e-ISSN 2344-8172

Revista incluida en la colección principal de Web of Science:  
**Emerging Sources Citation Index y en Fuente  
Académica Plus de EBSCO**



[www.eafit.edu.co/map](http://www.eafit.edu.co/map)

Nombre corto:

revistadigi.mundoasiapacifico DOI: 10.17230/map

[map@eafit.edu.co](mailto:map@eafit.edu.co)

Carrera 49, número 7 sur 50, bloque 26, oficina 26 - 922  
Medellín-Colombia

La Revista Digital Mundo Asia Pacífico es una publicación académica semestral del Centro de Estudios Asia Pacífico de la Universidad EAFIT. Tiene como objetivo primordial realizar una aproximación y fomentar la investigación de la región en la comunidad académica interesada, a través de una exploración sistémica y metodológica del Asia Pacífico, siguiendo como parámetros las siguientes líneas de análisis: economía y finanzas, negocios y mercadeo, relaciones internacionales, cultura, educación, innovación y tecnología.

Los conceptos expresados en los artículos competen a sus autores. Se permite la reproducción de textos citando la fuente.

---

DIRECTORA - EDITOR IN CHIEF

**Adriana Roldán Pérez**

Centro de Estudios Asia Pacífico  
Universidad EAFIT, Colombia

---

EDITOR - MANAGING EDITOR

**Camilo Alberto Pérez Restrepo**

Centro de Estudios Asia Pacífico  
Universidad EAFIT, Colombia

---

COORDINADORA EDITORIAL - ASSISTANT

**Jacobo Morales David**

Estudiante de Ciencias Políticas  
Universidad EAFIT, Colombia

---

COMITÉ EDITORIAL - EDITORIAL BOARD

**Ignacio Bartesaghi, Ph D**

Facultad de Ciencias Empresariales  
Universidad Católica del Uruguay

**Wonho Kim, Ph D**

Escuela de Estudios Superiores Internacionales y de Área  
Universidad de Hankuk de Estudios Extranjeros de Corea del Sur

**Renato Balderrama Santander, Ph D**

Centro de Estudios Asiáticos  
Universidad Autónoma de Nuevo León, México

**María Alejandra Calle Saldarriaga, Ph D**

Departamento de Negocios Internacionales  
Universidad EAFIT, Colombia

**Sara A. Wong, Ph D**

Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador

**Oswaldo Morales, Ph D**

Escuela de Administración de Negocios para Graduados  
Universidad ESAN, Perú

**Pío García, Ph D**

Línea de Investigación de Estudios Asiáticos  
Universidad Externado de Colombia, Colombia

---

CORRECCIÓN DE ESTILO - STYLE CORRECTIONS

Español: **Adriana M. Sanín B.**

Inglés: **Tjebbe Donner**

---

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN - DIAGRAMMING AND DESIGN

Departamento de Comunicación  
Área de Comunicación Creativa  
Universidad EAFIT

---

## CONTENIDO - CONTENTS

---

GEOPOLÍTICA EN LA TRIPLE FRONTERA DE CACHEMIRA: CONFLICTOS ENTRE CHINA, PAKISTÁN E INDIA.....	5
POST-INDUSTRIAL CHALLENGES IN MODERN SOUTH KOREA: EDUCATIONAL PRESSURES AND THEIR IMPACT ON YOUNG PEOPLE.....	24
ICT AUGMENTED GRAVITY MODEL APPLICATION: SECTOR LEVEL ANALYSIS OF THE ASIA-PACIFIC REGION.....	43
LA OLA COREANA EN MÉXICO: REDES SOCIODIGITALES Y FANGAGEMENT .....	67

---

### **ACTUALIDAD EN ASIA**

EL MERCADO DEL AGUACATE HASS EN JAPÓN: RETOS PARA LOS EXPORTADORES COLOMBIANOS .....	86
¿CÓMO EL K-POP CONQUISTÓ AL MUNDO?.....	100
CAUSAS DE LA DESIGUALDAD EN COREA DEL SUR DESDE UN ENFOQUE DE VARIEDADES DEL CAPITALISMO.....	112
REVITALIZACIÓN REGIONAL EN JAPÓN.....	128
NIEVE DE PRIMAVERA .....	131
RESEÑA DE LA PELÍCULA EL TIGRE Y EL DRAGÓN.....	133
SEOUL FOOD & HOTEL: LA FERIA INTERNACIONAL QUE POSICIONA EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y HOTELERÍA.....	136

---

## EDITORIAL

---



El primer semestre de 2021 estuvo marcado por una lenta pero segura recuperación de la economía global, impulsada, principalmente, por los avances en materia de vacunación en diversos países asiáticos y la apertura de sus mercados. El repunte del consumo y la reactivación del comercio exterior han permitido que los países de la región vuelvan a una senda del crecimiento económico luego de un año de enormes desafíos. Pese a estos avances, la pandemia sigue siendo un elemento de incertidumbre en la región, lo que se ha visto reflejado en los movimientos sociales para postergar de nuevo los Juegos Olímpicos a realizarse en Tokio durante el segundo semestre del 2021, así como la nueva ola de contagios en los países del Sur de Asia, en especial en India.

Bienvenidos a esta decimoctava edición de la Revista Digital Mundo Asia Pacífico —MAP—, donde hemos querido generar una reflexión multidisciplinaria sobre la región Asia Pacífico desde las perspectivas geopolíticas, económicas y culturales. La revista MAP es una publicación concebida hace más de ocho años por el Centro de Estudio Asia Pacífico, en conjunto con estudiantes curiosos e interesados, y hoy hace parte del *Emerging Source Citation Index*, EBSCO Fuente Académica Plus, Red Latinoamericana de Innovación y Conocimiento Científico (REBID) y BASE (Bielefeld Academic Search Engine). La revista es una publicación abierta para profesores, estudiantes, empresarios y personas interesadas en Asia Pacífico.

En esta oportunidad tenemos el gusto de presentarles cuatro artículos científicos. El primero de ellos ofrece una perspectiva geopolítica, sobre las tensiones entre China, India y Pakistán en la región de Cachemira. El segundo artículo aborda el proceso de la educación en la transformación económica y social de Corea del Sur. El tercer artículo de esta sección científica hace una revisión de los efectos de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el comercio exterior de los países asiáticos. El último artículo de esta edición nos lleva a México para analizar los efectos que ha tenido la Ola Coreana y cómo ha contribuido a la generación de redes en torno al *Hallyu*. Estos documentos académicos están acompañados por nuestra sección Actualidad en Asia, que abre un espacio para el análisis de investigadores en formación, así como de nuestros estudiantes en los Semilleros de Investigación de la Universidad EAFIT.

A nuestros lectores, bienvenidos a MAP 18. Esperamos que puedan aprovechar al máximo de este espacio de reflexión sobre el Asia Pacífico ¡Buena lectura!



S-F / Shutterstock.com

# Geopolítica en la triple frontera de Cachemira: Conflictos entre China, Pakistán e India

## Geopolitics In The Triple Border Of Kashmir: Conflicts Between China, Pakistan, And India



### Dr. Octavio Alonso Solórzano Tello

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP/México) e investigador del Instituto de Relaciones Internacionales de la Universidad del Mar/Campus Huatulco (IRI/UMAR).

[solorzanooctavio2018@yahoo.co](mailto:solorzanooctavio2018@yahoo.co)

### Dra. Teresa de Jesús Portador García

Universidad Autónoma Metropolitana (México).

[tportadorgarcia@yahoo.com](mailto:tportadorgarcia@yahoo.com)

Recibido: 1 de septiembre 2020.

Aprobado: 20 de abril 2021.

Publicado: 30 de junio 2021.

## Resumen

El artículo aborda desde una perspectiva histórica y geopolítica los conflictos pasados y actuales entre China, Paquistán e India en la triple frontera de Cachemira, resaltando su particularidad como zona geoestratégica. Analiza los enfrentamientos militares y desencuentros entre China e India; desarrollando un marco histórico interpretativo que otorga elementos para comprender la relevancia de las conflictividades en la región. Examina detalladamente la disputa que sostienen India y Paquistán, como parte del legado británico, donde destacan las diferencias étnicas como factor clave para comprender la profundidad del problema. Analiza cómo los conflictos en Cachemira pueden ser un elemento que orille al mecanismo de los BRICS y la Nueva Ruta de la Seda a un posible naufragio. El incremento de los conflictos involucraría aún más a Rusia, Estados Unidos, Japón, Australia e Israel, entre otros.

## Palabras clave

China, Paquistán e India; Geopolítica; Región de Cachemira; Corredor económico China-Paquistán; Nueva Ruta de la Seda; BRICS.

## Abstract

The article addresses, from a historical and geopolitical perspective, the past and current conflicts between China, Pakistan, and India in the triple border of Kashmir; calling attention to its particularity as a geostrategic area. It analyzes the military confrontations and disagreements between China and India; developing an interpretative historical framework that provides elements to understand the relevance of the conflicts in the region. It examines in detail the dispute between India and Pakistan, as part of the British legacy, where ethnic differences are highlighted as a key factor to understand the depth of the problem. It analyzes how the conflicts in Kashmir can be an element that leads the mechanism of the BRICS and the New Silk Road to a possible failure. The increase in conflicts would further involve Russia, the United States, Japan, Australia, Israel, among others.

## Keywords

China, Pakistan, and India; Geopolitics; Kashmir region; China-Pakistan Economic Corridor; New Silk Road; BRICS.

## Introducción

Las tres áreas de Cachemira están divididas por la Línea de Control Actual (LAC por sus siglas en inglés), de la que India posee Jammu y Kashmir/Ladakh, China posee Ladakh/Aksai Chin y Pakistán conserva Azad Cachemira y Gilgit-Baldistán. Esta gran región es geoestratégica porque facilita el acceso a Euroasia. Los tres países reclaman como suya toda Cachemira y están en desacuerdo con la división territorial y delimitación fronteriza, lo que ha provocado conflictos militares en los siglos XX y XXI para demostrar control sobre la zona de influencia, buscando alterar la LAC.

El conflicto tiene origen en 1947, cuando India y Paquistán se independizaron. Durante la negociación con el imperio británico se decidió repartir los territorios que darían sustento espacial a los nuevos Estados-nacionales.

Las disputas entre las tres naciones no muestran caminos a una solución acordada, contrariamente, la falta de respeto a tratados, acuerdos, negociaciones y encuentros diplomáticos son leídos como posibles tensiones que deriven en guerras y podrían extenderse rápidamente a países asiáticos o allende la región.

Cachemira es una bomba de tiempo. En caso de guerra entre India y Paquistán, China podría aliarse a Islamabad. El conflicto es peculiar porque las tres naciones en disputa son potencias nucleares. Pekín se convirtió en potencia en 1964, India en 1974 y Paquistán lo logró en 1998.

En caso de una guerra entre India y China, el dragón asiático intentaría hacer ataques rápidos para recorrer la LAC. A diferencia de guerras anteriores, Nueva Delhi se encuentra mejor posicionada en el plano geoestratégico, militar y tecnológico para prever y no permitir avances de Pekín. Brzezinski (1997) avizó que India se convertiría en potencia regional, ya que se consideraba a sí misma jugador global en potencia y rival de China. A pesar de que India puede sobrestimar sus capacidades a largo plazo, tiene poder en el sur asiático, siendo una potencia regional importante.

A las problemáticas anteriores, se suman grupos civiles que buscan independizarse de India y otros que quieren permanecer integrados. Paquistán enfrenta problemas similares, principalmente en Baluchistán, donde grupos separatistas piden autonomía. China busca imponer proyectos en territorios que pertenecen a la etnia Uigur asentada en Xinjiang, sin respetar la diversidad cultural e identidad.

Los conflictos militares del año 2020 entre China e India se imponen a la alianza de los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica). En caso de una escalada por la disputa fronteriza, el mecanismo multilateral podría quedar comprometido, a pesar de los esfuerzos de Moscú por pacificar el problema.

El factor de la guerra comercial entre China y Estados Unidos debe considerarse en el análisis. Si las tensiones entre Washington y Pekín continúan, India buscará acercamientos militares y comerciales con Estados Unidos, reforzando su posición ante China, evitando que se consolide como única potencia asiática.

Al ser una región altamente conflictiva y geopolíticamente estratégica, se analiza el fenómeno retomando autores clásicos de geopolítica, como Mackinder (1904), Mahan (2007) y Brzezinski (1997). Se recurre a la metodología cualitativa, revisando bibliografía y hemerografía actual e histórica sobre la disputa territorial y las políticas doméstica y exterior de los países contendientes. La perspectiva histórica otorga elementos para comprender y mostrar que los recientes conflictos en Cachemira tienen raíz profunda, que los eventos pasados y actuales pueden ser ingredientes que sumen a la inestabilidad e inseguridad regional y global, involucrando no solo a China, Paquistán e India, sino también a Estados Unidos y Rusia, entre otros. Las tres naciones tienen otro reto en Cachemira, atender los reclamos de poblaciones originarias, que en caso de seguir oprimiéndolas y atacándolas alimentan el riesgo de separación. Para una mejor exposición, el artículo se estructura en tres apartados. El primero muestra los conflictos y desencuentros históricos entre China e India; desarrollando un marco histórico interpretativo, que otorgue elementos para comprender y examinar la conflictividad en la triple frontera. Los esfuerzos por la pacificación han quedado relegados, debido al ascenso chino y al posicionamiento de India como potencia nuclear asiática. El segundo explica el conflicto que sostienen India y Paquistán, así como la disputa por la triple frontera. El tercero, analiza si los conflictos en Cachemira pueden orillar a un naufragio del mecanismo BRICS y la Nueva Ruta de la Seda, involucrando a otros países como Rusia, Estados Unidos, Japón y Australia. Al final se presentan las conclusiones.

## 1. Conflictos y desencuentros entre India y China

Desde la independencia, India (1947) ha mantenido disputas territoriales con Paquistán y China. La llamada triple frontera en la que convergen los tres países ha suscitado conflictos bélicos entre estas. La posición geopolítica y geoestratégica de la zona es de interés para Estados Unidos, Japón y Australia, que han apoyado a la India.

El legado colonial británico en India y la anexión china del territorio tibetano desestabilizaron el equilibrio, con el enfrentamiento de las pretensiones soberanistas de ambos Estados emergentes sobre las zonas fronterizas. La actual disputa remonta a la Convención de Shimla de 1914, sobre la cual se asienta, tanto el origen del conflicto, como la posible solución (Esteve, 2008 pp. 1, 2).

El desacuerdo con respecto a la demarcación fronteriza entre India y China establecida por el Reino Unido y el Tíbet en 1914, conocida como Línea McMahon, originó la confrontación. Tras breve enfrentamiento, la República Popular de China obtuvo el control de Aksai Chin (Gómez, 2016, p. 786). Cuando China ocupó el Tíbet, asesinó a miles de pobladores; algunos se refugiaron en India, incluyendo al Dalai Lama y los monjes.

El nuevo gobierno indio y el británico comunicaron al Tíbet que los derechos y obligaciones dimanantes de las disposiciones de tratados existentes serían traspasados a la nueva administración de Nehru. Gran Bretaña apoyaría la autonomía tibetana, y a través del Alto Comisariado en Delhi continuaría

el contacto con ambos países. El gobierno chino se opuso a esa relación y sugirió a India revisar conjuntamente las regulaciones comerciales de 1908 (Esteve, 2008, p. 9).



En 1955, al realizarse la Conferencia de Bandung, triunfó el pragmatismo chino que ofreció ayuda militar a países asiáticos. India medió en el conflicto entre China y Tíbet estableciendo el acuerdo de paz, de no agresión, equidad y coexistencia pacífica. El objetivo era oponerse a la expansión china, pues India avizoraba que podía convertirse en un poder mundialmente importante (Ross, 2010, p. 158). La Conferencia celebrada en Indonesia tuvo los siguientes objetivos: fijar una postura en contra del colonialismo y contra Estados Unidos; signar acuerdos de cooperación y fijar una postura a favor de la URSS.

La situación se agravó en 1958 cuando China reclamó a la Agencia de la Frontera Nordeste (NEFA) solventar el problema tibetano. En 1959, el gobierno de Mao presionó a Nehru y desplegó patrullas fronterizas para impedir incursiones de tibetanos. Nehru implementó una política militar más agresiva. China alegó que tropas indias e insurgentes tibetanos habían penetrado el Tíbet y ocupado Migyitun y Tamaden. Meses después, los chinos dispararon a patrullas indias en Khinzemane y Longju en la Línea McMahon. Durante las pláticas de 1960, Pekín argumentó que la Línea McMahon era ilegal, pues Tíbet carecía de legitimidad para firmar acuerdos como el de Simla (Pardo, 2019a, p. 8).

Las relaciones chino-indias de los años venideros estuvieron marcadas por la coexistencia pacífica, cimentaron la política exterior en elementos identitarios, culturales, ideológicos y religiosos. China creció militar y económicamente, afianzó interiormente el poder autoritario utilizando el pragmatismo.

El gobierno de Nehru centró la política exterior y diplomacia en la idea de nación pacífica. India formó parte de los países no alineados, oponiéndose a armas nucleares. No obstante, implementó el programa de escudo nuclear, como política de contención y disuasión al avance de China y Paquistán, y la falta de apoyo de países occidentales y la ONU. El 18 de mayo de 1974 India realizó la primera prueba nuclear, reconociendo su posición como potencia nuclear en el entorno internacional.

La década de 1980 se inauguró con conflictos. India defendió la ciudad de Tawang y controló la cordillera Hathung La (Pardo, 2019a, p. 8). En 1986 se reavivó el conflicto indo-chino en la Línea McMahon. Nueva Delhi acusó a China de traspasar la línea fronteriza. Un mes después, Pekín advirtió que tropas indias habían entrado a territorio chino (tibetano), criticó la acción al alegar que ocultaba intenciones expansionistas. Veinte mil soldados del ejército de liberación popular se desplazaron al lugar de conflicto (Esteve, 2008, p. 14).

En 1988 el primer ministro indio visitó Pekín, lográndose la normalización de las relaciones, posteriormente se firmó el Acuerdo de mantenimiento de paz y tranquilidad a lo largo de la LAC (Esteve, 2008, p. 14). El conflicto no se resolvió, se pacificó y acordó abordar el tema fronterizo y se iniciaron encuentros realizados en Delhi y Pekín.

En opinión de Ternicien (2020, p. 2) la caída del muro de Berlín y apertura india en 1990 produjeron un esperanzador acercamiento. Sin embargo, la relación entre ambas potencias es inestable política, diplomática y militarmente. A lo anterior, debe agregarse el respaldo que China dio a Paquistán en lo concerniente al programa nuclear. El apoyo estratégico que India ha recibido de Estados Unidos para compra y producción de armas y transferencia tecnológica, por el temor a que China penetre militarmente el Indo-Pacífico, permite a India tener mayor fuerza y primacía en la región.

A finales de junio de 2017 los militares chinos e indios se enfrentaron en el paso de Nathu La en el Himalaya, ambos se culpaban, argumentando que las contrapartes sobrepasaron fronteras.



El primer ministro indio Shri Narendra Modi y el chino Xi Jinping celebraron el 28 de abril de 2018 la primera cumbre bilateral Chennai Connect en Wuhan China, para abordar temas bilaterales y globales, en la misma se reconocieron como “potencias con autonomía estratégica”, aludiendo a que las decisiones tomadas tendrán implicaciones regionales y globales. Ambos enfatizaron apoyo al trabajo de los representantes especiales para la cuestión de la frontera indo-china encargados de intensificar un acuerdo justo, razonable y mutuamente aceptable (Ministry of External Affairs Government of India, 2018).

La segunda reunión bilateral Chennai Connect sino-india se realizó el 12 de octubre de 2019 en Mamallapuram en Tamil Nadu. Narendra Modi y Xi Jinping abordaron temas de inversión, comercio y servicios; así como el cambio de “estatus especial” de Cachemira y Jammu que se dio en agosto de 2019, las cuales pasaron a ser regidas por India. Lo anterior molestó a China, porque Cachemira es reclamada por Paquistán, socio de Pekín. Los dos ministros nombraron el 2020 como el año de intercambios culturales y relaciones diplomáticas, al cumplirse 70 años de relaciones sino-indias. Xi Jinping invitó a su par indio a realizar la Tercera Cumbre para profundizar el diálogo bilateral y promocionar la diplomacia cultural y tecnológica (Ministry of External Affairs Government of India, 2019).

Con el objetivo de asegurar el Indo-Pacífico, India y Estados Unidos realizaron del 13 al 21 de noviembre de 2019 ejercicios militares frente a costas de Kakinada y Visakhapatnam. Denominados *Tiger Triumph* (Triunfo del Tigre), integrados por tres componentes de ambos ejércitos: fuerza aérea, armada y cuerpo de infantería. Propusieron que los ejercicios se realicen anualmente.

Los ejercicios militares conjuntos en mar deben leerse en clave geopolítica. Cuando Mahan (2007) elaboró los principios estratégicos aplicados al poder naval, postuló que la concentración de fuerzas permite lograr la superioridad en el lugar decisivo.

Si bien, las reuniones anuales China-India han funcionado para calmar las tensiones militares que surgen en la frontera y para consolidar posicionamientos geopolíticos y geoeconómicos en Asia, no se debe soslayar el posicionamiento como potencias regionales, además de ser piezas clave en el proceso multipolar configurado en el mundo.

Japón, Corea del Sur, Australia e India son aliados de Estados Unidos en Asia, conjuntamente trabajan para contener el ascenso chino. Washington ha realizado ejercicios navales con Japón.

Ante la política de contención, China mostró el poderío militar para asegurar su zona de influencia. Antes del enfrentamiento militar del 5 y 9 de mayo de 2020, Pekín movilizó hacia Ladakh (frontera oriental) cientos de tropas. India activó tropas en su frontera del Himalaya. Ambos argumentaron que el adversario traspasó las fronteras.

A finales de mayo de 2020, ambas naciones concentraron más efectivos militares en 3.500 kilómetros de la frontera. China desplegó alrededor de cinco mil efectivos militares y vehículos blindados. Por su parte, India desplegó miles de militares y artillería. En tal contexto, el 27 de mayo, Donald Trump haciendo uso de la “diplomacia tuitera” mencionó: “hemos informado a China e India que EE. UU. está listo y dispuesto a mediar en la violenta disputa fronteriza”.

Una lectura actualizada de Brzezinski (1997), permite plantear que el hecho responde a la prioridad en la política exterior de Washington centrada en la dimensión geopolítica, empleando su influencia en Euroasia para crear equilibrio continental, donde sea árbitro político.

Los esfuerzos por mediar en el problema y buscar la pacificación no dieron resultados. A mediados de junio de 2020, en plena pandemia de covid-19 se generó otro enfrentamiento militar en el valle de Galwan, región Ladakh de Cachemira (al norte de India), donde se suscitó la guerra China-India de 1962. Sin tomar en cuenta a Naciones Unidas, los países continuaron con las

disputas por Himalaya. El enfrentamiento cobró la vida de 20 militares indios y aproximadamente 40 chinos.

Ambos gobiernos se acusaron de sobrepasar la LAC. A mediados de junio de 2020 se presentaron en India multitudinarias protestas contra China, alentando el boicot a marcas y productos como Xiaomi. A finales de junio, India prohibió a la plataforma china suspender 58 aplicaciones de TikTok. Prohibió a empresas de telecomunicaciones indias usar el hardware ZTE, Huawei. Vetó el ingreso de las redes 5G. A la par, se concretó la tercera reunión de las partes militares, para disminuir el conflicto en la “Línea de Control Real”.

El 6 de agosto de 2020 Trump emitió dos órdenes ejecutivas para limitar las aplicaciones chinas de video y telefonía Tik Tok, Alipay, WeCha de las empresas ByteDance y Alibaba, propietaria del South China Morning Post, la cual ingresó al mercado estadounidense en 2008.

India continuó boicoteando las ventas de Huawei, ZTE, la entrada de la 5G, replicando las medidas de Reino Unido y Estados Unidos contra las transnacionales chinas de telecomunicación; agravando la crisis del multilateralismo, privilegiando las relaciones económicas bilaterales, sin considerar a la Organización Mundial del Comercio (OMC) y ahondando las dificultades que enfrenta esta entidad.

El papel de la OMC está sujeto a debate. Desde las críticas de los enfoques antiglobalización, que ven en la OMC uno de los paradigmas de un sistema comercial injusto, o desde posiciones más ortodoxas y cercanas al análisis económico estándar (Tugores, 2006, p. 105). Hay países que todavía pugnan por los mecanismos multilaterales y la globalización económica, entre ellos China.

El 4 de septiembre de 2020 en la apertura de la ceremonia de la Feria Internacional de Comercio de Servicios de China, Xi Jinping defendió la cooperación internacional. Primera feria comercial organizada desde que la pandemia golpeó a Pekín, se desarrolló cuando la oposición a China se había acumulado en Washington y Nueva Delhi. India prohibió 118 aplicaciones chinas. Mientras el mensaje a favor del comercio de Beijing enfrenta escrutinio, ya que impone barreras altas a inversores extranjeros, limitando el acceso a 1.400 millones de consumidores chinos. China ha prohibido Google, Twitter, Facebook y Netflix, y en servicios financieros sigue imponiendo restricciones a bancos e instituciones financieras extranjeras (Wang, 2020).

A la oposición india al uso y consumo de aplicaciones y tecnología china, se sumaron los enfrentamientos con este país en junio de 2020. A inicios de julio el conflicto escaló, el gobierno indio movilizó militares y tanques T-72 y T-90 como respuesta a ejercicios militares chinos en la región. El 20 de julio, barcos militares indios y el portaviones Nimitz de Estados Unidos realizaron ejercicios militares en el estrecho de Malaca (océano Índico), por donde transitan los cargueros chinos que importan crudo y mercancías de Europa. Los dos países aliados buscaban maximizar el entrenamiento y aumentar la interoperabilidad, incluyendo la defensa aérea. También buscaban enviar mensaje de contención a Pekín. A la par, Washington realizó ejercicios navales con Japón y Australia en el mar del sur de China.

Entre agosto y septiembre de 2020, India y China movilizaron miles de tropas a la frontera compartida en la LAC. El Ministerio de Defensa indio anunció la movilización de lanzacohetes guiados Pinaka y misiles tierra-aire Akash. En caso de enfrentamientos militares, no serán simples escaramuzas, porque se tienen posicionados misiles y artillería, sobrevuelos de drones y sistemas satelitales (RISAT-2BRI), que incrementaría tensiones y alargaría el conflicto, con graves consecuencias en el número de bajas de efectivos militares. China instaló misiles antiaéreos en la frontera con India. De realizarse otro enfrentamiento es posible que se expanda rápidamente y alargue su duración a semanas o meses.



Al incrementarse tensiones entre India y China, otras naciones se posicionaron estratégicamente en el conflicto, beneficiándose por el incremento de sus ventas de armamento militar. En últimas fechas, India compró aviones caza Rafale a Francia, aviones espía Poseidón (P8-A) a Estados Unidos, drones (Herón) a Israel, cazas rusos (MiG-29 y Su-30MKI), entre otros. En septiembre de 2020 el ministro chino realizó declaraciones respecto al conflicto con India:

El ministro de defensa chino, Wei Fenghe, pidió a su homólogo indio que alivie la tensión en la frontera del Himalaya, al tiempo que culpa a India de los conflictos en los últimos meses [...]. Wei hizo los comentarios en más de dos horas de conversaciones con el ministro de defensa indio, Rajnath Singh; al margen de la reunión de ministros de defensa de la Organización de Cooperación de Shanghai en Moscú... Wei dijo que ambas partes deben trabajar juntas para encontrarse a medio camino y mantener la paz y tranquilidad en el área fronteriza. Pidió a India que no alimente la tensión con más provocaciones y publicidad negativa (Yeung, 2020).

Los discursos no tienen correlación con el incremento de tropas y armamento entre mayo y septiembre de 2020. India y China se recriminaron por no respetar la LAC y transgredir los límites fronterizos.

Las reuniones entre dirigentes militares de ambas naciones no han podido desactivar el problema, todo indica que tienen la intención de rediseñar la LAC, ocasionando un conflicto de amplias proporciones. Los constantes llamados a la guerra están orientados a incrementar los nacionalismos, encubriendo incapacidades para resolver problemas generados por la pandemia.

Con 4.845 decesos por COVID-19, China intenta desviar la atención de las medidas represivas del gobierno comunista, ocultando información sobre el origen del coronavirus.<sup>1</sup> Al 23 de abril de 2021, México tiene 214.095 muertos, India le disputa el tercer lugar con 186.920. Paquistán tiene 16.842. India está vendiendo a países las vacunas que produce, desprotegiendo a sus ciudadanos al no aplicárselas a ellos.



## 2. Legado del imperio británico: cronología del conflicto en Cachemira entre India y Paquistán

El conflicto India-Paquistán es de larga data. Se originó cuando ambos países lograron independizarse del dominio británico con la Ley de Independencia de India aprobada el 18 de julio de 1947, en la cual también se aprobó la independencia de Paquistán.

India obtuvo su independencia después de muchas décadas de lucha. El Congreso Nacional Indio jugó un papel central en el movimiento de desobediencia civil que les permitió alcanzarla. La independencia de la actual República de Paquistán fue liderada por la Liga Musulmana dirigida por Muhammad Ali Jinnah. Cuando se dividió el territorio en dos naciones, la mayor población musulmana quedó al interior de Paquistán.

El gobierno británico otorgó a ambos países el estatus de dominio, implícitamente reconoció la separación de la Commonwealth. La Ley de Independencia del Parlamento del Reino Unido entró en vigor el 15 de agosto de 1947, concediendo autoridad legislativa a las asambleas constituyentes de ambos países.

<sup>1</sup> Johns Hopkins (7 September 2020). Coronavirus Resource Center. Recuperado de: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>. Consultado el 23 de abril de 2021.

Tras las independencias y la repartición territorial, las diferencias religiosas y étnicas se acrecentaron, siendo elementos que marcaron la relación entre India y Paquistán, caracterizada por rivalidades, desconfianzas y la latente posibilidad de una guerra nuclear en Cachemira.

La historia bélica entre estas dos naciones incluye los conflictos en 1948, 1965 y el de Kargil en 1999. Después de la independencia, Jammu y Cachemira quedaron repartidas territorialmente de la siguiente manera: India gobierna en 45%, Pakistán controla el denominado Azad Kashmir (Cachemira Libre), China ocupa dos porciones, Aksai Chin arrebatada tras la guerra de 1961 con la India y la zona Shaksgam, cedida voluntariamente por Paquistán (Silvela y Vacas, 2006, p. 7).

Los estados principescos de Jammu y Cachemira con mayoría musulmana no se adhirieron a India, ocasionando el problema irresuelto hoy en día. Las independencias trajeron consigo una serie de movilizaciones sociales, violencia, muertes, migraciones masivas y refugiados. Según Silvela y Vacas:

El trasvase de población de unas zonas a otras fue multitudinario, calculándose entre 15 y 20 millones el número de refugiados. Nunca se conocerán los millones de seres humanos que perdieron la vida en aquellos dramáticos días (Silvela y Vacas, 2006, p. 23).

Las incursiones armadas en Jammu y Cachemira de tribus del noroeste de Paquistán, obligaron al maharajá hindú a firmar en 1947 un tratado de adhesión con India, permitiendo el ingreso de tropas de este país. Paquistán no reconoció el acuerdo e inició campaña para anular el tratado, por lo que el estatus de Cachemira sigue en disputa. El territorio del Paquistán fue dividido entre la parte occidental, formada por las provincias de Punjab, Sindh, Beluchistán, la Provincia Fronteriza Noroeste de Paquistán (NWFP) (actualmente Khyber Pakhtunkhwa) y la parte de Bengala oriental, separadas por 1.600 km de territorio indio (Anuario Internacional CIDOB, 2012a, p. 422).

Las relaciones bélicas en Jammu y Cachemira se extendieron hasta 1948. A decir de Silvela y Vacas (2006, p. 29) se estableció la Línea de Alto al Fuego o Línea de Control acordada por las partes, dejando bajo control paquistaní la amplia zona del noroeste, denominada Regiones del Norte, y la estrecha franja de Jammu, frontera con el Punjab paquistaní. A India le quedó Ladakh (zona fronteriza con China), las zonas centrales más ricas y pobladas del Valle de Cachemira y la mayor parte de Jammu.

India y Paquistán disputan la totalidad de Jammu y Cachemira. India basa su argumento en el Acuerdo de Adhesión que firmó el Maharajá el 26 de octubre de 1947, el cual aprobaba la anexión de Jammu y Cachemira a India. Paquistán señala que la mayoría de la población asentada es musulmana y alega la nulidad del acuerdo (Silvela y Vacas, 2006, p. 30).

Entre julio y agosto de 1965, se desarrolló una batalla al sur de Paquistán. El país incursionó en la Cachemira administrada por India, quien el 6 de septiembre lanzó una ofensiva contra las ciudades Lahore y Sialkot, marcando el inicio de la guerra. Dos semanas después, la ONU con el apoyo de la URSS ordenó un alto al fuego. El 10 de enero de 1966, la URSS fungió como mediadora en la firma de la Declaración de Tashent, acuerdo de paz entre ambos países, quienes aceptaron retirar sus ejércitos a las posiciones que ocupaban antes de la batalla (Anuario Internacional CIDOB, 2012a, p. 423).

En diciembre de 1971 inició la segunda guerra indo-paquistaní, que terminó con la rendición de Paquistán el 16 de diciembre. Como resultado se produjo la emergencia del Paquistán oriental que se convirtió en Bangladesh, actual nación independiente (Anuario Internacional CIDOB, 2012b, p. 424). En esta guerra civil, India jugó un papel importante al apoyar a los separatistas de Paquistán oriental para que esta se convirtiera en nueva nación.

En julio de 1972, Paquistán e India firmaron el Acuerdo de Simla para el intercambio de territorios ocupados y la liberación de prisioneros de guerra. Este estableció una nueva primera línea de control en Cachemira (Anuario Internacional CIDOB, 2012a, p. 424).

En los años 80, durante el régimen del General Mohamed Zia-ul Haq, las riendas dentro de Paquistán y el conflicto de Cachemira fueron tomadas por el Servicio de Inteligencia Militar Paquistaní, que trabajó coordinadamente con la CIA contra los soviéticos en Afganistán. Paquistán recibió apoyo económico y material de Estados Unidos (Silvela y Vacas, 2006, p. 42).

Desde finales de la década de 1980 se gestó el descontento social entre musulmanes radicados en Jammu y Cachemira, derivado de la administración poco transparente del gobierno indio y la falta de reconocimiento de autonomía. Paquistán aprovechó la efervescencia y convulsión políticas en Jammu y Cachemira controladas por India. La década de 1990 fue el momento donde se libraron batallas entre civiles. Se formaron grupos independentistas que exigían separarse de India, pero no anexarse a Paquistán, a pesar de que muchos se entrenaban y recibían armamento allí.



En mayo de 1998, debido a las pruebas nucleares indias, el gobierno paquistaní declaró estado de emergencia, en respuesta realizó pruebas nucleares. Estados Unidos y naciones occidentales les impusieron sanciones económicas. En mayo de 1999, insurgentes de Azad Cachemira cruzaron la línea de control con India, ocupando posiciones cercanas a ciudad Kargil. India respondió con ataques aéreos. La presión internacional obligó al primer ministro Nawaz Sharif a retirar militares del territorio indio, gracias al acuerdo en el que Estados Unidos fungió como mediador (Anuario Internacional CIDOB, 2012a, p. 426). Es hasta 2001, que Washington levantó las sanciones económicas impuestas a Paquistán en 1998, porque el presidente de ese momento aceptó cooperar en la guerra contra el terrorismo.

El ataque a las torres gemelas el 11 de septiembre de 2001 marcaría un nuevo rumbo en las relaciones internacionales. Estados Unidos dejó de ser hiperpotencia, iniciando la era multipolar. Como atinadamente lo señalan Solórzano y Portador (2018) la reconfiguración geopolítica del poder inició:

Después de la disolución de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) en 1991 y la caída del Muro de Berlín en 1989, en el entorno internacional se han suscitado transformaciones aceleradas en los ámbitos geopolítico, social, económico y ambiental. Se aúnan el ataque a las torres gemelas en Nueva York, el 11 de septiembre de 2001, así como las invasiones y los ataques a Irak, Afganistán y Siria por parte de Estados Unidos –sin respetar a la ONU–, hechos que han incrementado la espiral de violencia en los niveles local, regional y global. A partir de estos eventos, se puso en marcha la reconfiguración geopolítica del poder en el ámbito internacional, jugando un papel preponderante la guerra contra el terrorismo y la desnuclearización (Solórzano y Portador, 2018, p. 2).

Estos elementos influyeron en la disputa por la triple frontera. Entre 2001 y 2008, el gobierno paquistaní de Musharraf colaboró y respaldó abiertamente los ataques e invasiones militares de Estados Unidos en Afganistán, enmarcada en la “guerra contra el terrorismo”.<sup>2</sup>

El siglo XXI trajo nuevos conflictos entre India y Paquistán. En diciembre de 2001, ambos países concentraron tropas en la frontera común, haciendo temer una guerra a gran escala. Aunado a las crecientes tensiones derivadas del ataque suicida contra el parlamento indio (Anuario Internacional CIDOB, 2012a, p. 427). El 13 de diciembre se perpetraron disparos y granadas contra diputados y el primer ministro Atal Bihari Vajpayee, el cual resultó ileso. Inmediatamente el ejército indio se puso en alerta en Cachemira. Para finales de mes, Paquistán declaró que estaba preparado para la guerra contra India. Cuatro días después, hubo intercambio de disparos en las fronteras entre ambos países. George Bush respaldó a Paquistán en sus ataques, enmarcándolos en su lucha contra el terrorismo.

Christina Rocca, secretaria de Estado adjunta de Estados Unidos para el Sur de Asia, visitó India en mayo de 2002. A mediados de mes, las organizaciones Jamiat ul Muyahidín y Al Mansuran que buscan la liberación de Cachemira, atacaron en Jammu, resultando más de treinta muertos y decenas de heridos. Por el atentado, Nueva Delhi expulsó al embajador paquistaní en Cachemira. Entre rumores de inminente conflicto con India, Paquistán probó tres misiles de medio alcance capaces de transportar cabezas nucleares. Mientras el presidente paquistaní Pervez Musharraf, pedía la unidad de la nación ante la gran tensión que presentó la frontera indo-paquistaní.

Ambas naciones enviaron miles de efectivos militares a la zona de conflicto. En el ámbito internacional se contemplaba que continuarían con la cuarta guerra. Representantes de la Unión Europea y Rusia propugnaron para que los países evitaran un conflicto militar. Pero fue hasta noviembre de 2003 que Paquistán declaró alto al fuego, India se sumó a la propuesta.

India culpó a Paquistán de los ataques al interior de su territorio; argumentando que este respaldó y patrocinó a grupos separatistas. Este hecho no es nuevo, desde finales de la década de 1980 algunos grupos buscan separarse de India.

En 2007 Paquistán e India firmaron un acuerdo para reducir el riesgo de una guerra nuclear accidental. En diciembre de 2008, India indicó que los ataques de noviembre en Mumbai, Bombay fueron perpetrados por militantes paquistaníes. Islamabad negó los atentados y se comprometió a participar en la investigación india (Anuario Internacional CIDOB, 2012a, p. 428).

<sup>2</sup> El 1 de mayo de 2011, Barack Obama anunció la ejecución y muerte de Osama bin Laden en una zona residencial cercana a Islamabad. No se presentaron evidencias de la muerte, y se le acusó de planear y perpetrar el ataque a las Torres Gemelas, utilizado por Norteamérica para iniciar la guerra internacional contra el terrorismo, justificando ataques e incursiones militares en Irak, Afganistán, Siria e Irán.

En febrero de 2010, Salman Bashir, secretario de Asuntos Exteriores, se reunió con su homólogo indio Nirupama Rao para restablecer la confianza con Paquistán, después de las primeras conversaciones formales mantenidas desde los atentados en Mumbai (Anuario Internacional CIDOB, 2012a, p. 429).

Nuevamente, el 8 de octubre de 2014 se realizaron enfrentamientos militares con ametralladoras y artillería entre Nueva Delhi e Islamabad, en la frontera Cachemira. Ambos se acusaron de ser los primeros en atacar. En el enfrentamiento murió una decena de militares de ambos bandos.

A finales de 2015, el primer ministro indio Narendra Modi visitó a su homólogo paquistaní Nawaz Sharif en Lahore (este de Paquistán) con el fin de establecer una reunión encaminada a construir una relación más firme con ese país e iniciar la ronda de negociaciones para la paz. La visita se realizó porque en más de diez años no celebraron encuentros bilaterales, además se esperaba restablecer las relaciones entre los dos países, para sentar las bases de la paz.

En los primeros días de 2016 insurgentes del Jaish-e-Mohamed atacaron la base aérea india del estado de Punjab, cercano a la frontera paquistaní, son los mismos que atacaron el parlamento indio en 2001, denuncian que una parte de Cachemira les pertenece.

A finales de julio de 2016, las fuerzas militares indias reprimieron la manifestación de miles de cachemires que pedían el retiro de militares; el resultado fue de 50 muertos. Algunos cachemires señalaron la intención de seguir con India, entre ellos, unos buscan independizarse y otros integrarse a Islamabad.

El 15 de agosto India festejó su 70 aniversario de Independencia, a pesar de la brutal represión de cachemires en julio, Narendra Modi reprendió a Paquistán por la constante represión hacia Baluchistán.

El 17 de septiembre de 2016 un grupo armado disparó y lanzó granadas a la base militar de Uri en Cachemira, matando a 17 soldados indios. India culpó a Paquistán, advirtiendo que buscaba crear una guerra en la región. Los sucesivos ataques realizados al interior de India incrementaron la desconfianza entre Islamabad y Nueva Delhi. El gobierno hindú acusó a Paquistán de apoyar al terrorismo transfronterizo, alentar y promover protestas de cachemires.

El 14 de febrero de 2019, se suscitó un ataque con coche bomba contra un camión que transportaba fuerzas de seguridad india que se dirigía a Cachemira, fallecieron alrededor de 45 soldados. El ataque fue más cruento que el de ciudad Uri en 2016, donde fallecieron alrededor de 17 soldados apostados en la base militar, o los ataques perpetrados en 2001 al Parlamento indio y en 2002 a la base militar de Jammu. India y Washington culparon a grupos terroristas respaldados por Islamabad.

En respuesta al atentado, 12 días después, la aviación india atacó campamentos en territorio paquistaní, justo en la frontera, donde se alojaban los grupos insurrectos. Paquistán manifestó que derribaron dos aviones indios, capturando a dos pilotos. Mientras que India derribó un caza paquistaní. Debido a los conflictos, las naciones cerraron sus espacios aéreos. En tanto, China y Rusia llamaron a los dos países a moderar sus acciones.

Desde 1980 a la fecha existen insurgentes en Cachemira que buscan independizarse, se quejan de la represión y atrocidades constantes de militares indios. No obstante, Estados Unidos e India los catalogaron como terroristas. A inicios de 2018, Trump suspendió a Islamabad un porcentaje importante de ayuda económica por concepto de seguridad, argumentando que el país da refugio a terroristas. En los últimos 15 años, Washington le donó alrededor de 330 mil millones de dólares. En respuesta, Paquistán rechazó ampliar la cooperación con el gobierno norteamericano. En torno a las acusaciones de Washington, Pekín y Moscú respaldaron a Islamabad. China lo apoyó económica y tecnológicamente, principalmente para la elaboración de aviones de combate.

### 3. ¿El naufragio de los BRICS y la Nueva Ruta de la Seda?



Las recientes tensiones y enfrentamientos militares de India-China en 2020 prendieron las alarmas, debido a las implicaciones que pueda tener en el mundo el posible escalamiento del conflicto; no solo por la importancia geopolítica de la zona, sino por los actores que están en juego, sumado a la posibilidad de alianzas que China e India han construido con Rusia, Estados Unidos, Japón e Israel, entre otros.

Ambas potencias nucleares forman parte del mecanismo de los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica); organización creada en 2006, que no tomó en cuenta a la ONU. Estas naciones formalizaron la agrupación en 2009 y desde entonces se reúnen anualmente.

Al pertenecer a los BRICS, China e India se convirtieron en socios comerciales. Sin embargo, el mecanismo no ha facilitado y logrado un acuerdo para rebajar tensiones en Cachemira, donde se han enfrentado militarmente. La disputa territorial podría conducir a una guerra, acompañada de bloqueo y guerra comercial por parte de India, haciendo probable que las tensiones disminuyan el efecto BRICS y en un futuro naufrague.

Moscú ha utilizado la diplomacia para rebajar las tensiones militares entre ambas potencias. A Rusia y Euroasia no conviene un enfrentamiento militar entre China e India o entre Paquistán e India, ya que los tres mantienen relación con Moscú. India compró armamento a Rusia y Estados Unidos. Paquistán es respaldado por China y años atrás compró armamento a Estados Unidos.

Otro factor a considerar en el conflicto territorial entre China, India y Paquistán, es la Nueva Ruta de la Seda; que a decir de Portador y Solórzano (2019) consiste en:

habilitar nuevas rutas comerciales y dinamizar las viejas, a través de infraestructura carretera, portuaria con el fin de acortar los tiempos para transportación de mercancías y materias primas (p. 30).

La triple frontera es importante para China, porque juega un papel nodal en la Nueva Ruta de la Seda. Hasta el momento, Pekín ha maniobrado el tema con Paquistán, sumándolo al Corredor Económico China–Paquistán (CEPEC por sus siglas en inglés), que firmaron en 2015. El corredor cruza todo Paquistán y la zona Cachemira administrada por este país, y finaliza en el puerto de Gwadar. Pekín busca acceder directamente al mar Arábigo<sup>3</sup> para conectarse al golfo Pérsico, océano Índico, Sur de Asia, Centro de Asia, Oeste de Asia, Medio Oriente y África, buscando una ruta alterna que le permita librar conflictos futuros en el mar Amarillo. Dato importante que permite comprender la importancia que tiene el mar para las potencias, al convertirse en un medio de poder y control militar, comercial y político.

Pekín proyecta que el CEPEC contará con 64 millones de dólares para construcción de ferrocarriles, carreteras, ductos, oleoductos de gas y petróleo. Las empresas AlMirgab Capital y Power Construction Corporation de China (Power China) invertirán alrededor del 70 por ciento en el rubro energético, principalmente en producción de carbón en el puerto de Qasim (sudeste de Paquistán). El carbón se utilizará para generar gas y electricidad. Esto contraviene las promesas y los “esfuerzos” que supuestamente realiza Pekín en las cumbres contra el cambio climático.

El corredor busca enlazar la ciudad de Kashar (región de Xinjiang en el noroeste de China) con el puerto de Gwadar en Baluchistán (suroeste de Paquistán), para tener acceso al océano Índico debe atravesar todo el territorio paquistaní y pasar cerca de la línea fronteriza con India, lo que ha requerido cuantiosos recursos humanos y económicos para vigilar el funcionamiento del corredor, el cual en un futuro podría ser incosteable e inviable debido a los costos económicos para contener los niveles de inseguridad. Con el corredor, China accedería a una nueva salida y entrada desde el Mar Arábigo a través del puerto Gwadar, el cual inició operaciones en noviembre de 2016.

Mahan (2007) señala la importancia que tiene el dominio de los mares. No solo permite evitar ataques en el propio territorio sino tomar medidas ofensivas para atacar al enemigo. La misión principal del poder naval es mantener libres las líneas de comunicación marítima y comercial a la navegación propia, e impedir su utilización por parte del adversario.

Pekín ha mostrado especial interés en los recursos naturales de Cachemira, aunque el proyecto tiene un claro fin de posicionamiento geopolítico y geoeconómico en Euroasia, que le permite afianzarse como líder regional y convertirse en potencia global. Lo anterior, debe ser comprendido a la luz de la geopolítica, que a decir de Brzezinski (1997), es una estrategia a la que han recurrido algunos países, noción desplazada de la dimensión regional a la global, considerando que el predominio del continente euroasiático es la base nodal de la primacía global. En otras palabras, quien domine esa región dominará al mundo.

Cuando Mackinder (1904) abordó la teoría del poder terrestre, expuso que quien dominara la Europa central, controlaría el corazón mundial, quien controlara el corazón mundial, dominaría la isla mundial, es decir, el mundo. La isla mundial representa Euroasia.

<sup>3</sup> En términos geográficos y políticos, otras rutas son insostenibles ya que Pekín carece de contigüidad con los países que están dispuestos a facilitar el paso seguro de sus bienes y servicios. Las naciones vecinas del sudeste asiático no son viables porque no facilitan el acceso de China al mar Arábigo. Es poco probable que India coopere debido a las disputas territoriales con China (Rifaat y Singh, 2016, p. 8). Traducción realizada por los autores.

El corredor ha encontrado obstáculos. Habitantes e insurgentes de Baluchistán se oponen al corredor y Nueva Ruta de la Seda, afirman que Paquistán está vendiendo el territorio a China, cediendo soberanía. El Frente de Liberación de Baluchistán exige autonomía desde la división e independencia de India, momento en que Gran Bretaña lo cedió a Paquistán. Desde aquella época, la provincia está empobrecida y marginada, a pesar de poseer yacimientos de oro, cobre, petróleo y gas. El gobierno de Islamabad no considera al pueblo Baluchi, por ello se agruparon en el Frente de Liberación y en la Organización para la Liberación del Pueblo de Baluchistán. La provincia ocupa casi el 50% del territorio paquistaní.

La ubicación geográfica de Baluchistán y sus grandes recursos la han posicionado como una región con injerencia norteamericana. Desde julio de 2019, Estados Unidos los catalogó como "terroristas", respaldando las represiones de Islamabad hacia los baluchis, quienes han saboteado y atacado las obras del corredor China-Paquistán.

El corredor y la Nueva Ruta pueden ser afectados o limitados por la disputa territorial China-India y Paquistán-India. En el 2020 no se percibieron grandes flujos comerciales de bienes hacia el puerto Gwadar.<sup>4</sup> No se debe descartar la posibilidad de que Pekín quiera establecer una base militar naval en los puertos Gwadar, Chittagong en Bangladesh y Hambantota en Sri Lanka, con la intención de controlar el transporte de mercancías, incrementar el posicionamiento militar y naval, afianzar el posicionamiento geoestratégico y geopolítico en Asia, teniendo otro punto alternativo al tan disputado mar Amarillo. Actualmente barcos chinos navegan por el estrecho de Malaca, y en el contexto de guerra comercial con Estados Unidos, los barcos han sido bloqueados por Washington.

En su apuesta por sobreponer intereses comerciales y económicos, China afecta a poblaciones originarias sin respetar diversidad e identidad cultural, como a la etnia Uigur que se encuentran asentada en Xinjiang. En los proyectos de la Nueva Ruta, el gobierno comunista no ha logrado evitar la corrupción, ni transparentar el origen de recursos públicos y privados utilizados en las obras, tampoco muestra estudios de impacto ambiental, por lo que dichas obras pueden tener efectos negativos e irreversibles en la biodiversidad de flora y fauna.

India no se ha incorporado al corredor y tampoco al mecanismo geopolítico chino de la Nueva Ruta, debido a los recurrentes enfrentamientos y roces militares en Cachemira y la desconfianza hacia Pekín. Existe el temor a que las obras de infraestructura y préstamos chinos sean utilizadas por Pekín como pretexto para apropiarse de recursos naturales y territorios, reclamándolos como suyos bajo el argumento de inversión china y por el grado de endeudamiento. Si India no se integra a la iniciativa, el dragón no podrá dominar Euroasia.

En algunos países africanos existe un sentimiento antichino, porque Pekín ha comprado empresas africanas, extraído recursos naturales, construido infraestructura las cuales administra, además de no emplear mano de obra local (Rifaat y Singh, 2016, p. 18).

China ha ofrecido préstamos económicos a países con el objetivo de echar a andar proyectos, a cambio los endeuda y cuando no pueden pagar se apropia administrativamente de los territorios e infraestructura. También ha incorporado a sus empresas a las obras de la Nueva Ruta. Como el actual ejemplo de Sri Lanka, que rentó a China el puerto Hambantota y 15.000 acres de tierra por 99 años. El puerto situado geoestratégica y geopolíticamente le permite vigilar a India. Esto es lo que Mahan (2007) denominó posiciones

<sup>4</sup> El establecimiento de una zona de libre comercio en el puerto de Gwadar similar a las Zonas Francas de Hong Kong y Shanghai es un ejemplo de este tipo de políticas planificadas para su implementación (Rifaat y Singh, 2016, p. 5). Traducción de los autores.

permanentes seguras, las cuales constituyen la sustentación del poder naval en el mar, permitiendo su control y el de la marina enemiga. Por ello, las potencias buscan adquirir gradualmente las bases, por medio de la compra o conquista.



## Conclusiones

China, Paquistán e India mantienen conflictos intermitentes en Jammu y Cachemira, haciendo social, militar y políticamente inestable la triple frontera; aunado a la inestabilidad que cada uno presenta al interior, debido a grupos separatistas.

No se descarta la posibilidad del incremento en las tensiones y más enfrentamientos militares. Existe riesgo de una guerra nuclear en una de las regiones más pobladas del planeta. China utiliza a Paquistán para restarle fuerza a India en Asia, con la intención de posicionarse como única hegemonía regional, lo cual es improbable por el peso que tiene India en la zona.

India ha buscado el respaldo de Washington y la alianza con Japón y Australia, a partir de aspectos en común como la democracia. Nueva Delhi ha afianzado relaciones con Rusia al comprar armamento de última generación. A Moscú no le conviene un incremento de las hostilidades o un enfrentamiento militar India-China.

En el contexto de pandemia y crisis económica que impacta al mundo, en 2020 China mostró poco crecimiento económico. La pandemia originada en Wuhan restó credibilidad al gobierno comunista mostrándolo como despótico, al interior y exterior de Pekín; aunado a la guerra comercial iniciada por Donald Trump en abril de 2018 y que frenó la globalización económica.

La pandemia es otro factor que impide la reactivación económica mundial. Esto significa que los procesos globalizadores entrañan contradicciones, por ejemplo, el coronavirus se extendió rápidamente gracias a los flujos y movilidad de personas, pero este a su vez se vio afectado, al contraerse las economías. Solórzano (2016, p. 70) indica: "las epidemias y pandemias (influenza, ébola, entre otras) extendidas en el mundo, dadas a conocer por los medios de comunicación internacional, ejemplifican las nuevas lógicas globales".

Durante el 2020, Estados Unidos y China se recriminaron por el origen del coronavirus, sumado a las disputas que Pekín mantiene con naciones en el mar de China Oriental y el mar de China Meridional (contiene reservas de

gas y petróleo) y que China reclama como suya, también la reclama Vietnam, Malasia, Filipinas, Brunéi y Taiwán. Además, los barcos militares norteamericanos transitan en la zona.

Los operativos navales de Estados Unidos son factores que incrementan las tensiones en la región y al mismo tiempo muestran las disputas geoestratégica y geopolítica entre Washington y China.

Los conflictos de Taiwán y Hong Kong son utilizados por Estados Unidos, Reino Unido y otros, para resaltar la opresión del gobierno comunista chino. A diferencia de las guerras anteriores entre India y Paquistán, India y China, las actuales disputas revisten mayor peligro. Los conflictos internacionales presentados en el siglo XX no incluían armas de largo alcance, misiles y ojivas nucleares. La disputa en la triple frontera adquiere hoy en día relevancia por la inestabilidad e inseguridad en Asia. El primer factor a considerar es que los tres países son potencias nucleares, tienen tras de sí a otras potencias que los apoyan y tienen intereses geopolíticos en la región, por lo estratégico y por los recursos naturales que ahí se encuentran.

La escalada de un conflicto puede derivar en una guerra que se extienda más allá de la triple frontera. La participación de Estados Unidos, Rusia, Israel, Japón y otras naciones es probable, por la posición geopolítica e intereses geoeconómicos en Asia. A finales de 2016, con el pretexto de que Paquistán apoyó a terroristas, Israel amenazó con un ataque nuclear a Islamabad, pero este recordó a Israel que es potencia nuclear. India declaró que tiene contemplado un escenario de guerra simultánea contra China y Paquistán.

Enfrentamientos y hostilidades entre China e India comprometen al BRICS. Se perfila que en un futuro ambas tengan pocas oportunidades para llegar a acuerdos en materia económica, ambiental y de seguridad, lo que se traduciría en continuas fricciones y disputas que tornen más inestable la región Asia. Los países podrían ser presionados y orillados a aliarse con alguna de las tres naciones, en el proceso de tensiones las entidades internacionales tendrían poca capacidad para dar fin a conflictos.

La Nueva Ruta tendría serios obstáculos e impedimentos; uno de los corredores en Paquistán presenta limitantes. Algunos países incluidos en la ruta tienen deudas con BM, FMI, BID y China, además mantienen políticas de austeridad. Las naciones sopesarán ceder soberanía y el poco control que les queda, a cambio de recibir préstamos para resistir el vendaval pandémico, aunado al sentimiento anti-chino originado por la pandemia. La pandemia mostró que los acuerdos bilaterales y multilaterales son relegados cuando se trata de proteger la soberanía, mantener como prioridad los intereses nacionales; asimismo exhibió aún más las limitadas acciones de organismos internacionales.

En los últimos conflictos militares del año 2020 entre China e India, la ONU no ha mostrado posicionamiento firme, y junto con la Organización Mundial de la Salud (OMS) son cuestionadas por la opinión internacional por declarar tardíamente la pandemia y el uso del cubrebocas, por la limitada gestión en el rubro de las vacunas y por no obligar a los gobiernos de naciones emergentes a destinar mayores recursos para infraestructura hospitalaria, médica, sanitaria y de investigación. Naciones Unidas venía arrastrando una crisis de credibilidad, por acciones poco transparentes y ausencia democrática; solo cinco miembros tienen poder de veto: China, Francia, Rusia, Reino Unido y Estados Unidos. Ha mostrado baja capacidad para solucionar conflictos, invasiones, ataques e injerencias militares; presentando soluciones insuficientes para enfrentar los problemas globales: crisis pandémica, económica, climática y migratoria.

## Referencias

- Anuario Internacional CIDOB (2012a). *Perfil de País: Cronología histórica de Pakistán*. España: CIDOB, 421-429.
- Anuario Internacional CIDOB (2012b). *Perfil de País: Relaciones Exteriores de Pakistán*. España, CIDOB, 431-439.
- Brzezinski, Z. (1997). *The Grand Chessboard. American primacy and its geostrategic imperatives*. Nueva York: Basic Books.
- CIEE (2017). Editorial. El elefante y el dragón: las aspiraciones de los gigantes asiáticos. *Newsletter*. CIEE-ANEPE, núm. 13, noviembre, 1-1.
- Esteve, J. E. (2008). La disputa fronteriza entre India y China: origen y evolución de la controversia. *Revista electrónica de Estudios Internacionales*, núm. 16, 1-23.
- Gómez, A. (2016). Cachemira, la región más codiciada de Asia. *Documento de Opinión Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 782-798.
- Johns Hopkins (7 September 2020). *Coronavirus Resource Center*. Recuperado de <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>. Consultado el 23 de abril de 2021.
- Kanwal, G. (2017). El sur de Asia se calienta: una perspectiva india. *Newsletter*. CIEE-ANEPE, núm. 13, noviembre, 6-12.
- Mackinder, H. (1904). The Geographical pivot of History. *Geographical Journal*, vol. 170, no. 4, 298-321
- Mahan, A. (2007). *Influencia del poder naval en la historia*. España: Ministerio de Defensa.
- Malik, M. (2017). China e India: la raíz de las hostilidades. *Newsletter*. CIEE-ANEPE, núm. 13, noviembre, 2-6.
- Ministry of External Affairs Government of India (12 October 2019). *2nd India-China Informal Summit*. Recuperado de: [https://www.mea.gov.in/press-releases.htm?dtl/31938/2nd\\_IndiaChina\\_Informal\\_Summit](https://www.mea.gov.in/press-releases.htm?dtl/31938/2nd_IndiaChina_Informal_Summit). Consultado el: 5 de mayo de 2020.
- Ministry of External Affairs Government of India (28 April 2018). *India-China Informal Summit at Wuhan*. Recuperado de: [https://mea.gov.in/press-releases.htm?dtl/29853/IndiaChina\\_Informal\\_Summit\\_at\\_Wuhan](https://mea.gov.in/press-releases.htm?dtl/29853/IndiaChina_Informal_Summit_at_Wuhan). Consultado el: 5 de mayo de 2020.
- Pardo, J. M. (2019a). El conflicto fronterizo entre India y China. Arunachal Pradesh. *Documento de Opinión Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 31 de enero, 1-15.
- Pardo, J. M. (2019b). El conflicto fronterizo entre India y China, Doklam. Implicaciones geoestratégicas. *Documento de Opinión Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 9 de mayo, 1-15.
- Pardo, J. M. (2018). El conflicto fronterizo entre India y China. Aksai Chi. *Documento de Opinión Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 12 de octubre, 1-24.
- Portador, T. y O. Solórzano (2019). Soft power y nueva diplomacia china en el siglo XXI con países del sur global: el caso latinoamericano. *MAP Revista Mundo Asia Pacífico*, vol. 8, núm. 14, Colombia, enero-junio, 28-44.
- Rifaat, H. y T. Singh (2016). *The China-Pakistan Economic Corridor. Strategic rationales, external perspectives, and challenges to effective implementation*. USA: Stimson Center.
- Ross, C. (2010). La política exterior India durante la Guerra Fría. *Revista Universum*, Universidad de Talca, vol. 1, núm. 25, 152-173.
- Silvela, E. y F. Vacas (2006). *El conflicto de India y Paquistán*. España: Ministerio de Defensa/Instituto de Estudios Internacionales y Europeos Francisco De Vitoria Universidad Carlos III.
- Solórzano, O. y T. Portador (2018). La geopolítica en la Península Coreana. *Revista Relaciones Internacionales de la Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional Costa Rica*, núm. 91.2, julio-diciembre, 1-14.
- Solórzano, O. (2016). Respuestas y desafíos de la sociedad global en la era de la globalización. *Ad Universa Revista de Relaciones Internacionales*, vol. 01, núm. 13, año 07, diciembre, 64-77.
- Ternicien, J. P. (2020). Conflicto India-China en la región de Cachemira. *Revista de Marina*, 11 de junio, 1-4.
- Tugores, J. (2006). *Economía internacional. Globalización e integración regional*. España: McGraw-Hill.
- Wang, O. (4 September 2020). *Xi Jinping calls for freer service trade as China tries to counter decoupling*. Recuperado de: <https://www.scmp.com/news/china/article/3100335/xi-jinping-calls-freer-service-trade-china-tries-counter-decoupling>. Consultado el 5 de septiembre de 2020.
- Yeung, K. (5 September 2020). *India to blame for border tensions, Chinese defense chief Wei Fenghe says, en South China Morning Post*. Recuperado de: <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3100359/india-blame-border-tensions-chinese-defence-chief-wei-fenghe>. Consultado el 6 de septiembre de 2020.



# Post-Industrial Challenges In Modern South Korea: Educational Pressures And Their Impact On Young People.

**Desafío post-industrial en Corea del Sur moderna: la presión educativa y su impacto en la juventud.**



**Evelyn Henao Ruiz**

Universidad EAFIT

[ehenaor@eafit.edu.co](mailto:ehenaor@eafit.edu.co)

<https://orcid.org/0000-0003-0885-2630>

Recibido: 16 de agosto 2020.

Aprobado: 20 de abril 2021.

Publicado: 30 de junio 2021.

## Abstract

This paper examines the role of the educational system in modern South Korea and its effects on young students. It takes a threefold approach: Starting off with a historical background about education as the backbone for South Korea's rapid economic growth during the 70s and 80s, followed by an in-detail approach to the current educational system and its high-pressure context. Afterwards, the effects on youth deriving from this particular background are

explored from a social, cultural, and demographic standpoint, closing up with the actions taken by the government to tackle this national issue. Last, but not least, based on the quantitative and qualitative work of previous authors, this paper concludes with an insight of recommendations and the importance of addressing limitations and acknowledging gaps, as a step to effective measures that offer social welfare for future generations.

## Key Words

Industrialization; Educational system; South Korea; Social pressure; Suicide; Confucianism.

## Resumen

El presente escrito examina el papel del sistema educativo en la Corea del Sur moderna y sus efectos en los jóvenes estudiantes, adoptando tres enfoques principales: Iniciando con una revisión histórica sobre la educación como la columna vertebral del rápido crecimiento económico de Corea del Sur durante los años 70 y 80. Continúa con un acercamiento al sistema educativo actual y su contexto de alta presión. Posteriormente, se explora los efectos sobre la juventud derivados de este trasfondo particular desde un punto de vista social, cultural y demográfico, y cierra con las medidas adoptadas por el gobierno para abordar este asunto nacional. Por último, sobre la base de la labor fundamentado en datos cuantitativos y cualitativos aportados por diferentes autores, este documento concluye con un panorama de recomendaciones, así como destacando la importancia de abordar las limitaciones y vacíos existentes como un paso hacia medidas eficaces que ofrezcan bienestar social para las generaciones futuras.

## Palabras clave

Industrialización; Sistema educativo; Corea del Sur; Presión social; Suicidio; Confucianismo.

## Introduction

When countries undergo economic turmoil, high levels of poverty and illiteracy, scarcity, and social struggle in general, oftentimes the methods for fighting back against these issues are based on a key yet powerful word: Education. After the devastating Korean War between 1950 and 1953, South Korea experienced unimaginably quick rapid growth, driven by a strong commitment to increase literacy amongst its citizens<sup>1</sup>, strengthen domestic industries, and embark on a race for economic competitiveness using education as cornerstone. Freedom from Japanese rule in 1945, the arrival of Park Chung Hee in 1961 followed by Chun Doo-Hwan in 1981, the influence of Confucianism as a legacy of Japanese colonial rule, and strict policies that focused on education as a way to overcome the crisis, were all factors that contributed to raise the issue of social viability as a modern society.

The main objective of this paper is to address the context of high educational competitiveness and challenge the commonly accepted idea that the economic success derived therefrom leads to social quality,<sup>2</sup> using South Korea as a counterexample. Alongside this analysis, its specific objectives

<sup>1</sup> As Studwell mentions in "How Asia Works: Success and Failure in the World's most dynamic region", in 1950, literacy in South Korea was lower than in modern Ethiopia (Studwell, 2013).

<sup>2</sup> Social quality is used to analyse the happiness of a society, combining an objective assessment of well-being – basic needs such as shelter, health and social security – and subjective measures as to what makes an individual happy (Wallace, 2014)

include:

1. Examine the Korean educational system as a tool for economic development in the 70s and 80s.
2. Provide an overview of its effects on young students, namely the alarmingly high rates of suicide amongst young school-age students in modern society.
3. Describe the surrounding context of social despair amongst the elderly population and youth employment stagnation.
4. Identify possible gaps and perspectives in and for this national situation within a framework of social and government action.

This project will help raise awareness among the general public through an understanding of the underlying variables that explain the phenomena. The author's intention with the threefold approach is that readers will acquire a general understanding of the educational pressure Korean students are under and cultivate a critical standpoint on this issue based on the elements provided. To analyze the proposed problem, the context that will guide this paper should be explored first, and will be addressed in the following section.



## 1. Section One: Towards Education for Economic Development.

### 1.1. Education in South Korea Before and After 1945

Before 1945, the earliest form of formal education in the Korean Peninsula was the *Taehak* in 372 A.C. This educational system was used by the upper class, known as the *Yangban*, and consisted of the teachings of Confucianism and Buddhism. Later, with the arrival of Christian missionaries and the establishment of private schools, national leaders that resisted the Japanese occupation<sup>3</sup> led the "movement to save the nation through education" focusing on educating future leaders that would pave a path for independence (Ministry of Education, n.d). During the years of Japanese occupation, the history and geography of Japan were introduced as mandatory subjects. Furthermore, education was not intended to prepare Koreans for administrative positions, but to provide for basic literacy and low-level technical tasks amongst men

<sup>3</sup> Japan first gained power over the Korean Peninsula after the first Sino-Japanese war (1894-1895), becoming a Japanese protectorate in 1905 and a colony from 1910 until 1945 (Seth, 2002, Ch. 1)

and, in the case of women, foster virtues such as constancy and domesticity (Seth, 2002, Ch. 2).

After liberation from 35 years of Japanese rule in 1945, their departure left behind a huge vacuum in trained manpower, and illiteracy was widespread in Korea, estimated at 78% (Sorensen, 1994). The economy was dominated by agriculture and the system had no meaningful educational infrastructure (Fleckenstein & Lee, 2019). Education was thus made compulsory and became a fundamental tool for overcoming the national crisis. Furthermore, the Education Act in 1948, made the Korean system closely resemble the Chinese one. Since then, it has been based on the philosophy of *Hongik Ingan* or the universal welfare of mankind, with strong democratic principles (Nuffic, 2016). After the Korean war<sup>4</sup>, education was the tool that enabled the reconstruction. South Korea's (hereinafter Korea) successful economic development process is linked to the so-called "Developmental State"<sup>5</sup> at the heart of rapid industrialization during the 1970s and 1980s. In effect, the Korean "Economic Miracle" is closely related to an "Educational Miracle" (Fleckenstein & Lee, 2019).

Ever since the creation of the Basic Education Law in 1949, Korea has used a 6-3-3-4 educational system: grades one to six for elementary school (primary school), grades seven to nine for middle school, grades ten to twelve for high school and then four years in university<sup>6</sup> (Choi, 2013).

However, during the 1980s, after the assassination of president Park Chung Hee in 1979 and throughout democratization, private education expenditures increased considerably with parents aggressively pressing for the educational credentials of their children (Fleckenstein & Lee, 2019). In consequence, the government decreed that all colleges should admit 30% more students than their graduation quota (Jung, Pirog & Lee, 2016). The bill was issued through the July 30 Educational Reforms that abolished state-sponsored preliminary testing and replaced it with a new College Entrance Achievement Test. The measure indisputably increased the state's authority over education, assuming exclusive control over the college selection process (Seth, 2002, Ch. 5).

From 1981 to 1988, during General Chun Doo Hwan's presidency<sup>7</sup>, universities adjusted their scores to admit more students and tougher graduation guidelines were imposed to boost competition between college students, resulting in an exponential increase in student populations, education facilities and the number of teachers. The aftermath was overcrowded classrooms, a shortage of qualified professors and intense competition in the college entrance system. A strategy to balance out this surplus was the creation of a standardized college entrance examination in an effort to normalize high school education (Ministry of Education, n.d).

## 1.2. Economic Development and Education. Inextricably Intertwined?

Scientific research shows the strong connection that exists between high levels of education and economic development. In the case of South Korea,

<sup>4</sup> The Korean War, 1950-1953, was a conflict that took place between North Korea (the Democratic People's Republic of Korea), supported by the Soviet Union, and South Korea (the Republic of Korea), led by the United States. This mutual territorial dispute ended with a division between the Koreas along the 38th parallel.

<sup>5</sup> The Developmental State refers to a strong state intervention in the economy with the specific intention of working towards economic development and industrialization (Caldentey, 2008).

<sup>6</sup> High School is divided into academic high schools, where pupils are educated to advance to university, and vocational high schools, that specialize in a number of fields including trade, engineering or art (Choi, 2013).

<sup>7</sup> Following the military *Coup d'état* in 1979, that resulted in the assassination of president Park Chung Hee by his security chief, Kim Chae-Kyu (Seth, 2002, Ch.7) Chun Doo Hwan took office from 1980 until 1988.

known as the “Miracle of the Han River”<sup>8</sup>, according to the International Monetary Fund, the country increased its domestic per capita income from \$88 to \$31,949 between 1965 and 2012 (Levent & Gokkaya, 2014). In just 47 years, per capita income increased by over 350%, a growth rate unthinkable for a country that, during the second half of the 20<sup>th</sup> century, was among the poorest in the world. Additionally, when analyzing its economic success, it can be inferred that the country’s economic development has grown in parallel with the improvements made to its education. Predominantly, since Park Chung Hee<sup>9</sup> took power, education was reinforced in an attempt to offset the lack of natural resources in Korea with high-quality human capital. The importance attached to education, investment, and Research and Development activities had a positive effect on Korea’s rapid economic development, integrated with economic complexity and industrial production (Kurt, 2019).

### 1.3. The Education System in Modern Korea

Today, the educational system in the Republic of Korea (ROK) consists of six years of primary school<sup>10</sup>, three years of middle school, three years of high school, two years of junior college and four years of university, depending on the chosen career. According to UNESCO, “Korea’s education system can be explained with four words: Democratization, autonomy, localization and globalization”, characterized by rapid expansion and a high degree of competition (Levent & Gokkaya, 2014, p. 277). The government has also established five-year renovation plans that aim to update curricula and adapt to evolving needs and market requirements.

### 1.4. Korean Education and International Standards

In this context, Korea’s successful educational system has positioned the country at the top of world standards. PISA (the Program for International Student Assessment) is one of the most efficient exams for evaluating student knowledge of today’s information society. Managed by the OECD and country ministries of education, students are selected randomly by software called Keyquest and selectively assessed in three main disciplines: Reading, mathematics, and science (Levent & Gokkaya, 2014). Unsurprisingly, PISA results for 2018 positioned Korea in 5<sup>th</sup> place, just behind China, Singapore, Estonia and Japan<sup>11</sup> (Armstrong, 2019). These positive results cannot be taken for granted as Korea has been at the top of the rankings in recent years and looks to continue to do so. Additionally, the percentage of Gross Domestic Product invested in educational institutions is among the highest in OECD countries. This is primarily due to household contributions and increased per student expenditures from 2008 to 2013 at all stages of education (OECD, 2016). At a government level, the total expenditure on primary to tertiary education in 2016 amounted to 5,4% of the Gross Domestic Product (GDP), 0,4 percentage points above the OECD average (OECD, 2019).

Teachers also play a decisive role, and most of them are trained at eleven universities associated with the Korea National University, such as the Department of Primary Education at the Korea National University of Education and Ewha Womans University. High levels of professionalism amongst teachers

<sup>8</sup> “The Miracle of the Han River” refers to the rapid economic development that South Korea underwent after the Korean War (1950-1953) transforming the country into a manufacturing and exporting power.

<sup>9</sup> Park Chung Hee seized power in 1961 with a military *Coup d’état* and was the head of an authoritarian government until his assassination in 1979.

<sup>10</sup> All primary schools are free except for some private schools and the official starting age is seven years old.

<sup>11</sup> PISA 2018 results ranked countries as an aggregate of the total score of reading, science and mathematics.

is strongly related to their elevated salaries, which surpass the average of most countries. Together with the role played by its teachers, South Korea has been outstanding for efforts made in the field of gifted education<sup>12</sup> (Levent & Gokkaya, 2014).

Notwithstanding the above, this high level of competition and of honoring national results goes hand-in-hand with the extensive hours of study in which pupils are immersed, which are significantly higher than the global average.

### 1.5. Towards an Unbearable Private Tutoring System

Kim Hee-Young studies in a high school in Hongdae. She wakes up at six in the morning every weekday. After getting ready, packing some textbooks and the workshop she prepared the previous night, she has a quick breakfast while reviewing notes for class. Most probably, Hee-Young heads to the metro station by seven and starts classes at eight o'clock. After a long day full of new information and long hours spent between classes and the library, she finishes her official school schedule by five in the afternoon. Most students around the world would make their way back home. Not here. Right after five, Hee-Young and her friends rush into a private institution, also known as a *Hagwon*<sup>13</sup>, for another three or four hours of private tutoring. She heads back home around eight or nine in the evening. Upon arrival, she grabs some food, unpacks her notes and textbooks, studies a little longer, gets some work done for the following day and goes to bed at around ten. This is her routine five days a week.

Private tutoring is a fundamental part of the education of any Korean student. Due to high demand, this system has also become an alternative for people looking for an extra income. Such has been the impact that some teachers have made a fortune from private tutoring. Despite the fact that almost 2/3 of the market is covered by the *Hagwons* (Choi, 2013) - private for-profit learning institutions, where classes are taught in a classroom-like setting - there are two other options. First, individual or small-group tutoring, commonly provided in the students' home, where tutors can be either full time professional tutors or part-time university students. This is the most expensive form of private tutoring. The second consists of self-study sheets or paid internet and correspondence lectures, overseen by parents and is the cheapest and most popular method for younger students (Kim & Lee, 2010).

Private tutoring has been beneficial to the economy as a whole through the accumulation of human capital that translates into higher labor productivity. Still, two negative educational and economic impacts can be seen. First, long hours of exposure to tutoring can hamper a student's development of creative and problem-solving skills, as well as being directly harmful to the pupil's health. Second, from an economic standpoint, it can exacerbate social inequalities, since by its nature it imposes a heavy financial burden on Korean households. These inequalities can be explained through unbalanced access to private tutoring, providing a clear advantage for high-income families, and an ineffective use of financial resources that could be invested efficiently in other activities (Choi, 2013). Although measures have been taken, results are alarming and can even be related to low fertility rates.

The Korean government has been aware of the consequences of excessive private tutoring for high school students and social welfare. The toughest measures were implemented in 1980, when the government banned all types of private tutoring intending to implement equalization policies. This only resulted in an exacerbation of the black private tutoring market and, para-

<sup>12</sup> Gifted education refers to outstanding talented students that make up a subgroup fundamental for economic growth and the government offers special programs for them.

<sup>13</sup> *Hagwons* or private tutoring consists of complementary activities outside the regular schedule. Also known as "Shadow" educational activities (Poh Lin Tan, Morgan & Zagheni, 2016) or *Jukus* in Japan.

doxically, increased inequality. It is estimated that, between 1980 and 2000, the number of *hagwons* increased from 381 to 14,043 and the number of students enrolled in them grew from 118,000 to 1,388,000 (Choi, 2013). Many critics point out that no matter how many anti-tutoring policies the government issues, so long as incentives for higher educational competition remain, all efforts are worthless. According to a study based on econometric assessment methods, it was concluded that restrictions placed by the government in 2006 under which *Hagwons* could only operate until ten in the evening, were a partial success. However, this policy did not lead to a significant reduction in the hours spent on private tutoring. It is also suggested that it increased private tutoring costs for high school students due to an inelastic demand for this service (Choi, 2013).

## 1.6. A Student's Hard-Fought Journey to University: the SAT Exam

A student's journey from school to university – and not any kind of university – continues with the College Scholastic Aptitude Tests (CSAT), known as the *Suneung* or *Ipsijjok*<sup>14</sup> in Korean, and administered by the Korea Institute of Curriculum and Evaluation (KICE) (Kim & Dembo, 2000). Introduced in 2004, it takes place every November and covers five major subjects: Korean language, mathematics, foreign language (English), and social studies, where students can choose between social studies, science or vocational training, a second foreign language and classics. The total number of possible credits is 400 and, for university admittance, the minimum required is 250 (Nuffic, 2016).

A key guide to understanding the higher education system, provided mainly by universities and colleges, are the differences that stand out between national institutions, funded and managed by the Ministry of Education (MOE), public institutions, managed by local management boards, and private institutions, funded by individuals or organizations. The top three most prestigious universities are collectively known as the SKY, which stands for Seoul National University, Korean University and Yonsei University (Nuffic, 2016). Admittance to one of these top universities practically guarantees employment with the government or in one of the 63 *Chaebols*<sup>15</sup> as well as invaluable lifelong networks and possibilities for social mobility (Hultberg, Calonge & Kim, 2017).

This is a very special day. Students to take the ultimate exam for which they have been preparing their entire lives. The sun rises on a new day full of anxiety, nervousness and hope for the best. The whole country moves in slow-motion. Families and students line up at the schools to cheer on their children and friends that will fully pour out their minds and bodies during nine whole hours. Police officers make sure everyone makes it in time, which is why latecomers are scolded at school. Air traffic in Korea ceases during the listening section. Moms gather to pray for their kids. This is the moment that can make or break their future.

Students taking the CSAT can apply to three universities simultaneously. Their score is the main criteria at many universities and near-perfect CSAT scores are a baseline for admission to top institutions like the above-mentioned SKY Universities<sup>16</sup> (Mani & Trines, 2018). The pressure students are under cannot be sufficiently put into words.

<sup>14</sup> *Ipsijjok* refers to "examination hell", expressing the excessive competition for college entrance (Kim & Dembo, 2000)

<sup>15</sup> *Chaebols* are family-owned conglomerates such as Samsung, Hyundai, Lotte or LG.

<sup>16</sup> The SKY Universities are the top three universities in South Korea: Seoul National University, Korea University and Yonsei University.



## 2. Section Two: Cultural Context, Social Pressure and its Effect on Young People

### 2.1. The Role of Religion and Life Philosophy

#### Christianity

Both, Catholicism and Protestantism provided the impetus for modernization in Korea. When Christian missionaries arrived, they established a complete system of education, including modern science and medical science. The values of “freedom, human rights, democracy and equality became acquainted largely through Christianity” (Kim, 2000, p. 113). Today in Korea, 19.73% of the population identifies as Protestant and 7.93% as Catholic (Statista, 2015). The arrival of Christian missionaries and the instauration of the fundamentals of education, further strengthened an urgency for education (not only at an academic level) that had been installed centuries before on the Korean peninsula. Today, these values continue, and education is the tool used to display them.

#### Buddhism

Buddhism was introduced to Korea from the Chinese mainland during the three-kingdoms period<sup>17</sup> (Kitagawa, 1989). Inspired by the teachings of Siddhartha Gautama, Buddhism focuses on the goal of spiritual enlightenment to break the cycle of suffering mankind is part of (IndexMundi, 2019). Buddhism,

<sup>17</sup> The Three Kingdoms Period: Silla, Goguryeo and Baekje was a period in Korea extending from 18 B.C to 935 A.D, influenced by the civilization of ancient China (Lee, 2008).

as well as Confucianism, greatly emphasizes the importance of family honor. According to Donald Baker, a Professor in the Department of Asian Studies at the University of British Columbia, Buddhism in Korea has not changed its core teachings, but has rather operated differently within Korea's pluralistic religious environment, precisely because that environment has changed (Harvard, 2016). Today 15.53% of Korea's population identifies as Buddhist (Statista, 2015). As a result of this pluralistic environment, Buddhism permeates education in certain characteristics including education as a life-long process, education as a gradual unfolding and true education as individual, physical, mental, spiritual, and social. Within this context, this total development is a means to self-realization (Inflibnet, n.d). This is reflected by the South Korean educational culture in its emphasis on the individual's "future" and "prospects", as education itself will determine their lives, in most cases.

### Confucianism

The country initially closed its borders under the influence of the "Defend Orthodoxy (Confucianism) Reject Heterodoxy (Western Thought)" movement in the court of *Choson* (1392 A.D – 1910 A.D). After opening its borders, it maintained a policy of "The Eastern Way, Western Technology (*Dongdo Seogŭ*)" (Duncan, 2015, p. 105). During this time, education was limited to the hereditary ruling class, known as the *Yangban*<sup>18</sup>, that represented 15% of the population. Education did not extend to the masses and practical education – medicine, astronomy and foreign languages - was aimed at a small group of lower-status people, collectively known as the *Chungin* (Sorensen, 1994).

When Korea became a Japanese protectorate in 1905, an anti-Confucian sentiment began spreading amongst Korean intellectuals, who even called it a "hierarchy of tyranny" (Duncan, 2015, p. 106). According to Max Webber, Confucianism was seen as detrimental to the development of capitalism.

### Confucianism as the Hero and the Villain

Korea's educational success has been a complex interplay of values, institutions, economic resources, and knowledge accumulated from diverse sources (Sorensen, 1994). The influence of Confucianism in Korea has been significant in that it idealized a hierarchical society where only people with a high social status could enjoy education. This is reflected by Koreans' strong belief in education as a highly transformative indicator of social status (Kim, 2002).

Experts highlight that educational success in East Asian countries is not so much due to their institutions and resources as to the efficacy of East Asian Confucian Culture, because it provides high levels of social capital in the form of strong family structure and norms of hard work and high value in education (Sorensen, 1994). However, even though Confucianism has been present in China, Japan, and Korea in different forms, these countries have not always been particularly economically successful. Changes can mostly be seen since the 1970s. Furthermore, Confucianism was considered the reason behind the lack of success of East Asian countries and China's failure to modernize (Sorensen, 1994).

Although Confucian values are still pronounced, many state that it inhibits economic development, as Park Chung Hee did in his time.

As described briefly and powerfully by Kim Hwa-young in a short text, "The Daechi-Dong neighborhood in Gangnam in the southern part of Seoul is the *Hagwon* mecca. At 10p.m., when all the Hagwons end their classes, the roads are jammed with parents arriving to pick up their children. Students pour out

---

<sup>18</sup> The *Yangban* represented the Korean elite and their education was based on history, philosophy and poetry written in Chinese.

of the private cram schools and a 10-minute traffic war ensues. Then all is quiet again. Confucius said, 'They who know the truth are not equal to those who love it, and they who love it are not equal to those who delight in it.' Has his wisdom become an empty phrase now?' (Kim, 2018, p. 2). Even though a definitive answer to this question is not likely, it is indeed possible to analyze the forces driving Korean students' educational process.

South Korean Confucianism has academic competition at its core, somehow contributing to the actual system. Some authors point that an emphasis on academic education was a dominant influence upon the patterns of modern blue- and white-collar<sup>19</sup> workforce. Even though Confucian principles for education refer to the need for the self-fulfilling pleasure of acquiring knowledge, in modern Korea this has become more of a material goal.

One of the explanations for the fact that Korean society has been deviating from Confucian principles lies in the dramatic economic and social transformation undergone by Korea over the past 50 years. Young people are now leaving their parents in the villages, and strong family ties are beginning to weaken. For example, to find a better match for their older children, parents have abandoned the privilege of living with their child after marriage, marking a major change in traditional Confucian practices of marriage and family life (Duncan, 2015).



## 2.2. Youth Fatigue and Suicide

The transformation of the educational system during the 1960s has been pillar of South Korea's rapid economic growth, industrialization, increased exporting power, technification, international competition, cultural influence, heavy and chemical industry massification, and migration.

But there is a challenge therein for post-industrial societies that have achieved economic development and now face demographic and social issues. And Korea is no exception. In 2015, the Ministry of Education (MOE) recognized that the educational pressure faced by young students has resulted in a serious social problem (Nuffic, 2016).

Education is South Korea's backbone. It is such that high levels of responsibility and stress drive parents not only to invest large amounts of financial resources in their child's education but also to remind their kids that how they do in school affects the whole family.

<sup>19</sup> White collar jobs are office jobs that do not require physical or manual labor, such as professional and technical workers, managers, administrators, sales workers among others, while blue-collar jobs include manual work, such as craftsmen and kindred workers, operatives and service workers (Weaver, 1975).

Research has shown that excessive private education from childhood negatively influences a child's psychological, emotional, and behavioral development and worsens the parent – child relationship through the use of coercion. There is also the issue of transferring a parent's dream to the child as a result of the parent's unresolved issues and a frustrated desire for achievement that has become generational (Kowen, Jang & Lee, 2019).

Korean parents consider their children an extension of themselves, making the child's academic success not only an individual achievement but, more importantly, a family honor (Kim & Dembo, 2000). This is mostly expressed as anxiety due to the extreme pressure to perform well and an awareness on how time spent studying will affect their future.

Ever since they are little, students are taught the importance of honoring their parents and contributing to society through a strong, comprehensive education. Once students get into college, the demands from their surroundings are non-stop and they are expected to get into the best colleges, become leaders at important firms, and be the best in their fields of study. Unfortunately, this high pressure can shift sharply into unhappiness, depression, and untold suicide rates amongst young people.

Reports have pointed to the fact that depression is associated with suicide. It is believed that 50% of all suicides are related to depression, and two to nine, or 15% of people diagnosed with or treated for depression will die from suicide (Soo, 2018).

Unlike the decreasing trend in suicide rates amongst OECD countries, Korea has experienced a steady increase over the past two decades, recognized as both a social issue and public health problem (Park, Lee & Kim, 2018). Although suicide rates have decreased from an all-time high of 31.7 deaths per 100,000 people in 2011, this figure is still substantially higher than the global average (Kwak & Ickovics, 2019). For instance, in 2017, the suicide rate was 24.6 per 100,000 inhabitants, the highest among OECD members as it has been since 2003 (OECD, 2017). Suicide is the fourth most common cause of death in Korea. On average, 40 people commit suicide every day (Singh, 2017).

For years, social scientists have wondered why this economically successful state has such startlingly high suicide rates (Singh, 2017).

The particularity of suicide as a cause of death is that it is exacerbated by social force, which induces intentional self-harm. While the previously explained attributes of Confucianism and Buddhism may be part of the reason why Koreans do not seek treatment, most East Asian societies are similarly focused on family and influenced by Buddhism and Confucianism, meaning that culture alone is not responsible for high suicide rates (Singh, 2017). However, culture is more related to the stigma around mental illness and unfortunately, this social stigma restrains people from seeking help. According to the Health and Welfare Ministry, of the 90% of those that commit suicide due to mental illness, only 15% received any form of treatment (Singh, 2017).

This context places adolescents at a higher risk of delayed mental health care and makes them more vulnerable to suicidal ideation and attempt. These cases are mainly driven by depression, 46% of which is caused by academic stress amongst high school students and generated by social expectations related to academic excellence and success (Kwak & Ickovics, 2019).

According to traditional achievement motivation theory, students can, first of all, have a fear of failure which negatively affects achievement. Simultaneously, it is influenced by two factors: "a self-concept of low ability" and "fear of failure and its consequences" (Kim & Dembo, 2000, p. 97).

Suicide has been the leading cause of death among Korean adolescents since 2007 and the data indicates that, although females attempt suicide to a higher degree than males, the latter complete suicide more often than women.

This is known as the “Gender Paradox” in suicide (Park & Sang, 2018, p. 1).

Other risk factors include divorced parents, closed family communications, financial struggles, and bullying. Furthermore, the feeling of having control over one’s own life, including job security, which reduces exposure to financial strain and job autonomy, leads to better mental health. This directly affects the relationship between social position and depression, as previously explained, in a context of compliance with socially competitive demands (Nishimura, 2011). The extent to which people have control over their lives and feel enabled to live as they would like to is known as Social Empowerment (Wallace 2014).

According to the World Health Organization, “No single factor is sufficient to explain why a person dies by suicide: suicidal behavior is a complex phenomenon that is influenced by several interacting factors – personal, social, psychological, cultural, biological and environmental” (WHO, 2014, p. 11).

### **3. Section Three: Collateral Context**

#### **3.1. Suicide Amongst the Elderly**

Suicide is democratic and not restricted to a single group of people. The results also show that Korean suicide rates increase with age, with the elderly population taking up the highest share. This can be explained, albeit insufficiently, by the “loss theory” that views the process of aging as a process of ongoing loss – loss of health, spouses, jobs, social connections with relatives and friends, reduced social roles, financial independence, and meaning of life (Park et al., 2018, p. 92). This explanation somehow does not fully portray the responsibility of the socioeconomic context wherein a lack of government support, higher levels of poverty, isolation, insufficient social welfare services, and poor financial independence has led to a suicide rate of 85.7 among Korean adults (89/100,000 for men, twice the rate of China, and 30.8/100,000 for women), and poverty among Korean elders reach 49.6% (roughly half) the highest in the OECD and four times higher than the average (12.4%) (Park et al., 2018). Many retired Koreans have no source of income, as the country’s pension system was created in 1988. As Korea becomes even more economically advanced, a larger number of Koreans abandon their elderly parents in the countryside and send them money less frequently (Singh, 2017). The sad reality is that elders are perceived as burdensome for families and/or society and a feeling of not belonging to valued groups or relationships triggers suicide attempts so as to not become a financial liability (Park et al., 2018).

#### **3.2. Low Fertility Rates and Declining Population**

This context of high educational costs has also driven parents to choose smaller family sizes, which may be a reason why the desired number of children is considerably lower in South Korea, as a determinant of fertility rates. This continues as a cycle of action and reaction, and high education costs may also promote delayed marriage by encouraging individuals to wait until they can afford the expenses required by a child, resulting in a self-perpetuating cycle that rewards those at the top of the educational hierarchy (Poh Lin Tan et al., 2016).

The situation is disturbing. In Korea, during the first months of 2020, the fertility rate was 1.09 births per woman, a 0.63% decline from 2019 (Macrotrends, 2020). Many arguments point to this decreasing trend. Fierce competition in the labor market is decisive. This has resulted in delayed marriages and lower fertility rates, as people focus on achieving professional success while struggling to find high-paying jobs in their fields. There is also a growing number of women on a career track and the possibility of having to shift from

a full-time to a part-time job to take care of children is not attractive. Together with this, the significant financial investment in one's child's education which includes private tutoring and other expenses, has prompted a move from quantity to quality (Choe & Retherford, 2009). On top of all this, highly skilled graduates are failing to find highly paid jobs with far-reaching consequences including depressed wages and lower household consumption, which affects the country's economic growth (Hultberg et al., 2017).



### 3.3. Repercussions of the 1997 Asian Financial Crisis.

Korea was one of the countries most affected during the 1997 Asian Financial Crisis and, as ultimately life-saving assistance, the International Monetary Fund provided an emergency rescue loan in December 1997. Korea suffered a steep rise in unemployment, declining household income and rising financial inequality (Chang, Gunnell, Sterne, Lu & Cheng, 2009). During that decade, a sharp increase in suicide rates overwhelmed a number of East/Southeast Asian countries and coincided with the Asian Economic crisis in 1997-1998<sup>20</sup>.

Research has proved the correlation between unemployment and financial problems as triggers for depression, and depression as a pattern for suicidal thoughts. The Asian Crisis was associated with in excess of 10,000 suicides in Japan, Hong Kong and Korea, painting a picture of the strong affinity between socio-economic variables during this event (Chang et al., 2009).

Despite its major economic success, Korea's system is showing some cracks. The economy is no longer growing at high rates as it did during the 1980s, as is normal for any economy that has achieved economic development. However, there has been an rise in social inequality and youth unemployment<sup>21</sup>, leading to an unemployment rate of 10.4% in 2019 (OECD, 2019) along with a massive increase in irregular employment. Despite a well-edu-

<sup>20</sup> The Asian Economic Crisis of 1997-1998 began with a stressed depreciation in the Thai currency that quickly spread to neighbouring countries such as Indonesia, Singapore, Korea among others. This crisis was followed by a massive capital outflows, bankruptcies and rising unemployment (Chang et al., 2009).

<sup>21</sup> Youth unemployment is understood as the number of unemployed between 15 and 24 years of age expressed as a percentage of the youth labour force (OECD, 2019).

cated workforce, Korea has very poor labor productivity by international standards, which has resulted in “education inflation”, skills mismatch and social polarisation (Fleckenstein & Lee, 2019).

After 1997, there is evidence that indicates that labor markets have become increasingly more volatile (Nishimura, 2011), presenting a challenge for this generation. Since then, fear of another economic crash and the need for economic security has also intensified workplace stress (Singh, 2017).

### **3.4. A Culture of Hard Work**

Suicide as a phenomenon extends to all stages in life. When depression occurs because of the risk factors already explained plus the social stigma, people tend to self-medicate. This can take the form of exercising, social media, attendance at religious gatherings and, the most common and deadliest, alcohol abuse. Korea is the world’s largest consumer of hard liquor, with the average Korean adult consuming 14 shots a week. This is directly tied to a culture of hard work and stress. Roughly 40% of those that attempt suicide do so while drunk (Singh, 2017). The way the combination of work and education stress works in Korea is lethally toxic.

According to a study conducted on the economic burden of depression in South Korea, “The cost of depression in Korean represents a substantial burden on both society and the individual. The findings suggest that our society needs to increase the public health effort to prevent depression and to detect it early in order to ensure appropriate and timely treatment” (Chang, Hong & Cho, 2012, p. 688).

## **4. Section Four: The Challenge for the Government**

### **4.1. World Health Organization Framework**

According to the World Health Organization, suicide prevention must be an imperative for country policy makers, “key elements in developing a national suicide prevention strategy are to make prevention a multisectoral priority that involves not only health sector but also education, employment, social welfare, the judiciary and others” (WHO, 2014, p. 08).

The theory establishes three types of intervention for suicide prevention: (1) Universal prevention strategies, designed to reach the entire population by increasing access to help, strengthening protective processes such as social support, and changing the physical environment. (2) Selective prevention strategies, that target vulnerable groups by age, sex, occupational status, or family history. (3) Indicated prevention strategies, aimed at specific vulnerable individuals, for instance, those displaying potential early suicide signs or who have already attempted suicide (WHO, 2014).

### **4.2. State Response – How Has this Issue been Tackled?**

School-based Suicide Prevention and Intervention (SPI) provides a safe school environment for young students, reducing suicide-related risk and inspiring prosocial behaviors (Kong & Kim, 2016). Regardless of the stress put on the need to intervene all stages, response has been rather passive. This resulted in the creation of the second national five-year plan that included the revised School Health Act (SHA) in 2006 (Kong & Kim, 2016), and the proclamation of the “Act for the Prevention of Suicide and the Creation of a Culture of Respect for Life” in 2011. After this, Korea saw a drop in suicide rates from 31.7 to 27.3 deaths per 100,000 habitants (Kwak & Ickovics, 2019, p. 151-152). However, the vast majority of the national budget for adolescent suicide prevention has been invested in hotline services and internet-based SPI coun-

selling programs, rather than on school-based SPI (Kong & Kim, 2016). The problem is, a sizeable number of students did not participate in SPI because of parental consent restrictions, creating a major barrier to effective suicide treatment in Korea (Kong & Kim, 2016).

The Korean government's mental health budget accounted for only 2,6%<sup>22</sup> of total health care expenditures in 2014 and research on mental health is limited (Kwak & Ickovics, 2019).

In 2016, "Life Love Plan" was rolled out with the aim of creating a culture of respect for life. The Korean Association for Suicide Prevention (KASP), an NGO supported by the Ministry of Health that runs the LivingWorks Programme, also seeks to provide suicide intervention training and given the urgent need to dig deeper into this problem, interventions with more immediate impacts become more important (Kwak & Ickovics, 2019).

Even though the South Korean government has implemented certain measures to combat high suicide rates, most have not been effective. The Ministry of Gender and Family recently created the National Youth Healing Center, a program that has little to offer other than counseling programs for students (Singh, 2017). Even the *Chae Myeon*, or the concern of losing face, related to Neo-Confucianism, discourages disclosing suicide-related problems (Kong & Kim, 2016), exacerbating this national challenge.

Part of the problem is that Korea spends a minimal amount of money on improving its citizen's mental health. In 2016, only \$7 million was spent on mental health, and 64% of that money went to hospitals and other mental institutions (Singh, 2017). Economic investment is required even if the solution will not be found solely through financial investment.

### 4.3. The Case of Japan

In Japan, suicide was considered taboo and not discussed publicly. After suicides rose sharply in 1998, children who lost their parents to suicide began breaking this taboo and speaking out. In 2006, suicide began to be seen as a "social problem", triggering concrete actions. In 2007, the "General principles of suicide prevention" policy was enacted, aimed at preventing suicide and providing support to survivors, and stressing prevention, intervention and postvention. The result was a decrease in middle-aged and older persons committing suicide (even though it increased among young people) (WHO, 2014). Japan's example shows the importance of government policies to break the cycle of inaction and somehow decrease troubling suicide numbers.

---

<sup>22</sup> The World Health Organizations recommends that countries should destine between 15 and 50% of their health care budgets to mental health treatment (Kwak & Ickovics, 2019)



## Conclusions

This paper has focused on establishing a connection between economic development, educational pressure, and suicide amongst young students, and included parallel concerns such as suicide in elderly population and the culture of hard work, all related to Korean society. This analysis has allowed concluding the strength with which these factors are entwined. While the creation of programs to raise awareness and breaking the suicide taboo are part of a possible solution, one thing remains true: part of the issue is attached to the way the Korean educational system is structured.

Along with a rapid industrialization and modernization process came obstacles for social welfare. The challenge is extremely demanding, as in order to ease the educational burden on students, the whole structural framework of education, including high school and the college entrance exam, must be tempered. As mentioned previously, the principles of Confucianism, while changed to adapt to modernity, are still extremely entrenched in Koreans. Principles such as hierarchy and status remain present. Are Koreans willing to temper the system? Could these cultural principles change? Would such a change lead to fewer suicide rates? Based on the elements presented and understanding the answer to these questions as a limitation of this paper, the author invites interested parties to research this topic further so the discussion can continue. However, according to this paper's educational and social focus, some measures can be proposed.

First, some of the criticism resides in a lack of quality within the schooling system, making private tutoring a must and resulting in the long study hours of students (besides the pressure to prepare for the college entrance exam). By assuming a "quantity-overran by quality" approach to education, policies such

as a balance between official schooling hours and private tutoring should be guaranteed and complied with. The latter intending to allow students to fulfill educational objectives while spending more time within their social surroundings. Furthermore, to stop the rise in suicide rates among young students, selective preventions strategies are required, as recommended by the WHO. A number of shock therapies exist in Korea, but their effectiveness is hard to measure. Another issue is that there are no media guidelines on how to report on the situation. As Christina Xiao points out, there must be a synergy between media, political, legislative and government stakeholders to create legal boundaries and public awareness on how to report suicide in a way that can potentially save lives (Xiao, 2017). This paper provided an overlooked yet important connection between these important topics, providing valuable context for readers to acknowledge and be aware of the connection between education, economic development, and youth fatigue, represented by suicide rates in the case of Korea.

Addressing these limitations alongside potential actions to rigorously distribute the national budget for this problem, are important steps toward the development and implementation of effective, transformative, and sustainable Suicide Prevention and Intervention strategies in South Korea to ensure social welfare for present and future generations.

## References

- Armstrong M. (2019, December 3). *PISA 2018: The Top-Rated Countries*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/chart/7104/pisa-top-rated-countries-regions-2016/>
- Caldentey, E. (2008). *The Concept and Evolution of the Developmental State*. Retrieved from The International Journal of Political Economy, 37(3), 27-53. [https://www.jstor.org/stable/23317224?seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/23317224?seq=1#metadata_info_tab_contents)
- Chang, S., Hong, J.-P., & Cho, M. (2012). *Economic burden of depression in South Korea*. Retrieved from Social Psychiatry & Psychiatric Epidemiology, 47(5), 683–689. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=pbh&AN=74300162&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Chang, S.-S., Gunnell, D., Sterne, J. A. C., Lu, T.-H., & Cheng, A. T. A. (2009). *Was the economic crisis 1997–1998 responsible for rising suicide rates in East/Southeast Asia? A time–trend analysis for Japan, Hong Kong, South Korea, Taiwan, Singapore and Thailand*. Retrieved from Social Science & Medicine, 68(7), 1322–1331. <https://www.sciencedirect.com.ezproxy.eafit.edu.co/science/article/pii/S0277953609000100>
- Choe, M. & Retherford, R. (2009). *The Contribution of Education to South Korea's Fertility Decline to "Lowest-Low" Level*. Retrieved from Asian Population Studies, 5(3), 267–288. <https://www.tandfonline-com.ezproxy.eafit.edu.co/doi/pdf/10.1080/17441730903351503?needAccess=true>
- Choi, H. (2013). *Does Hagwon Curfew Work?*. Retrieved from Lundi University. <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=4016661&fileId=4016666>
- Duncan J. B (2015). *Confucianismo y sociedad en el Este de Asia: El caso de Corea*. Retrieved from Catedras Internacionales. <http://www.catedrasinternacionales.ucr.ac.cr/chakana/wp-content/uploads/2019/01/John-Duncan.pdf>
- Fleckenstein, T., & Lee, S. C. (2019). *The political economy of education and skills in South Korea: democratisation, liberalisation and education reform in comparative perspective*. Retrieved from Pacific Review, 32(2), 168: <https://www.tandfonline-com.ezproxy.eafit.edu.co/doi/full/10.1080/09512748.2018.1443155>
- Gajaawera N. (2016, February 11). *Traditional and Innovative – How Korean Buddhism Stays Relevant*. Retrieved from USC University of Southern California: <https://crcc.usc.edu/traditional-and-innovative-how-korean-buddhism-stays-relevant/>
- Harvard (2016, March 7). *From the Mountains into the Cities: The Transformation of Buddhism in Modern Korea*. Retrieved from Harvard: <https://cswr.hds.harvard.edu/news/2016/3/7/mountains-cities-transformation-buddhism-modern-korea>
- Hultberg P, Calonge D. S., & Kim S-H. (2017). *Education policy in South Korea: A contemporary model of human capital accumulation?*. Retrieved from Cogent Economics & Finance, 1. <https://www.cogentoa.com/article/10.1080/23322039.2017.1389804.pdf>
- IndexMundi (2019). *South Korea Religions*. Retrieved from IndexMundi: [https://www.indexmundi.com/south\\_korea/religions.html](https://www.indexmundi.com/south_korea/religions.html)

- Jung, H., Pirog, M. A., & Lee, S. K. (2016). *The Long-run Labour Market Effects of Expanding Access to Higher Education in South Korea*. Retrieved from Journal of International Development, 28(6), 974–990. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=117201751&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Kim H. Y. (2018). *Hagwon Education Combat Arenas*. Retrieved from Koreana, 32(2), 6. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hlh&AN=131377894&lang=es&site=ehost-live>
- Kim S., & Lee J. H. (2010). *Private Tutoring and Demand for Education in South Korea*. Retrieved from Economic Development & Cultural Change, 58(2), 259–296. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=47790345&lang=es&site=ehost-live>
- Kim, C.W, & Dembo, M. H. (2000). *Social-cognitive factors influencing success on college entrance exams in South Korea*. Retrieved from Social Psychology of Education, 4(2), 95–115. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ehh&AN=15605549&lang=es&site=ehost-live>
- Kim, D. (2002). *What Do High School Students and Their Parents Expect from Higher Education? A Case Study of South Korea*. Retrieved from Journal of Higher Education Policy and Management, 24(2), 183–196. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eoh&AN=0633135&lang=es&site=ehost-live>
- Kim, E. A. (2000). *Christianity, Shamanism, and Modernization in South Korea*. Retrieved from Cross Currents, 50(1/2), 112. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hlh&AN=3138115&lang=es&site=ehost-live>
- Kong, J. W., & Kim, J. W. (2016). *A review of school-based suicide prevention interventions in South Korea, 1995–2015*. Retrieved from Children & Youth Services Review, 69, 193–200. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ehh&AN=118102837&lang=es&site=ehost-live>
- Kowen, M.-R., Jang, M., & Lee, N.-K. (2019). *Transforming in awareness of relationship problems due to excessive private education in Korea*. Retrieved from International Journal of Qualitative Studies on Health & Well-Being, 14(1), 1–12. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140354702&lang=es&site=ehost-live>
- Kurt, Ü (2019). *The Relationship Economic Complexity and Education Expenditure: A Empirical Analysis on South Korea*. Retrieved from International Journal of Economics and Financial Issues, 2, 73. <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/7422/pdf>
- Kwak, C. W., & Ickovics, J. R. (2019). *Adolescent suicide in South Korea: Risk factors and proposed multi-dimensional solution*. Retrieved from Asian Journal of Psychiatry, 43, 150. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edo&AN=138179608&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Lee, K.-W. (2008). *A Study of Solar Eclipse Records during the Three Kingdoms Period in Korea*. Retrieved from the Journal of the Korean Earth Science Society, 29(5), 408–418. <http://www.koreascience.or.kr/article/JAKO200835741867618.page>
- Levent, F., & Gokkaya, Z. (2014). *Education Policies Underlying South Korea's Economic Success*. Retrieved from Journal Plus Education / Educatia Plus, 10(1), 275–291. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ehh&AN=96179222&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Macrotrends (2020). *South Korea Fertility Rate 1950-2020*. Retrieved from Macrotrends: <https://www.macrotrends.net/countries/KOR/south-korea/fertility-rate>
- Mani D. & Trines S. (2018). *Education in South Korea*. Retrieved from World Education News and Reviews (WENR). <https://wenr.wes.org/2018/10/education-in-south-korea>
- Ministry of Education (n.d). *The Development of Education*. Retrieved from the Ministry of Education: <http://english.moe.go.kr/sub/info.do?m=020101&s=english>
- Nishimura, J. (2011). *Socioeconomic status and depression across Japan, Korea, and China: Exploring the impact of labor market structures*. Retrieved from Social Science & Medicine, 73(4), 604–614. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselp&AN=S0277953611003765&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Nuffic (2016). *Educational System in South Korea compared to Dutch system*. Retrieved from Nuffic: <https://www.nuffic.nl/documents/491/education-system-south-korea.pdf>
- OECD (2016). *Education Policy Korea - OECD*. Retrieved from OECD: <http://www.oecd.org/education/Education-Policy-Outlook-Korea.pdf>
- OECD (2017). *Suicide rate Korea OECD*. Retrieved from OECD: <https://data.oecd.org/healthstat/suicide-rates.htm>
- OECD (2019). *Education investment in the Republic of Korea*. Retrieved from OECD: [https://www.oecd.org/education/education-at-a-glance/EAG2019\\_CN\\_KOR.pdf](https://www.oecd.org/education/education-at-a-glance/EAG2019_CN_KOR.pdf)

- OECD (2019). *Unemployment youth rate Korea 2019*. Retrieved from OECD: <https://data.oecd.org/unemp/youth-unemployment-rate.htm>
- Park, S. K., Lee, C. K., & Kim, H. (2018). *Suicide mortality and marital status for specific ages, genders, and education levels in South Korea: Using a virtually individualized dataset from national aggregate data*. Retrieved from the Journal of Affective Disorders, 237, 87–93: <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eds&AN=S016503271731649X&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Park, S., & Jang, H. (2018). *Correlations between suicide rates and the prevalence of suicide risk factors among Korean adolescents*. Retrieved from Psychiatry Research, 261, 143–147. <https://www-scienceirect-com.ezproxy.eafit.edu.co/science/article/pii/S0165178117309848>
- Poh Lin Tan, S., Morgan, P. & Zagheni, E. (2016). *A Case for “Reverse One-Child” Policies in Japan and South Korea? Examining the Link Between Education Costs and Lowest-Low Fertility*. Retrieved from Population Research and Policy Review, 35(3), 327: <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsjsr&AN=edsjsr.26158846&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Seth, M. J. (2002). *Chapter 1: Korean Education until 1945. In Education Fever: Society, Politics, & the Pursuit of Schooling in South Korea (pp. 9–33)*. Retrieved from University of Hawai‘i. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ejh&AN=31178831&lang=es&site=ehost-live>
- Seth, M. J. (2002). *Chapter 5: The Entrance Examination System. In Education Fever: Society, Politics, & the Pursuit of Schooling in South Korea (pp. 140–171)*. Retrieved from University of Hawai‘i. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ejh&AN=31178835&lang=es&site=ehost-live>
- Seth, M. J. (2002). *Chapter 7: Education and State Control. In Education Fever: Society, Politics, & the Pursuit of Schooling in South Korea (pp. 192–223)*. Retrieved from University of Hawai‘i. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ejh&AN=31178837&lang=es&site=ehost-live>
- Singh A. (2017, October 31). *The “Scourge of South Korea”: Stress and Suicide in Korean Society*. Retrieved from Berkeley Political Review: <https://bpr.berkeley.edu/2017/10/31/the-scourge-of-south-korea-stress-and-suicide-in-korean-society/>
- Soo K. K. (2018). *Depression Status in Korea*. Retrieved from Osong Public Health and Research Perspectives, 4, 141. <https://ophrp.org/journal/view.php?doi=10.24171/j.phrp.2018.9.4.01>
- Sorensen, C. W. (1994). *Success and education in South Korea*. Retrieved from Comparative Education Review, 38(1), 10. <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ejh&AN=9406090519&lang=es&site=ehost-live>
- Statista (2015). *Population Distribution in South Korea in 2015, by religion*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/996013/south-korea-population-distribution-by-religion/>
- Studwell J. (2013). *How Asia Works: Success and Failure in the World’s Most Dynamic Region*. Grove Press, 243-271.
- Weaver, C. (1975). *Job Preferences of White-Collar and Blue-Collar Workers*. Retrieved from The Academy of Management Journal, 18(1), 167-175. [https://www.jstor.org/stable/255637?seq=3#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/255637?seq=3#metadata_info_tab_contents)



# ICT Augmented Gravity Model Application: Sector Level Analysis of the Asia-Pacific Region

## Aplicación del modelo de gravedad aumentada de las TIC: análisis por sectores en la región de Asia Pacífico



### Dr Bilal Mehmood

Punjab University Center for Economics and  
Business Research, Pakistan  
[dr.bilal.eco@pu.edu.pk](mailto:dr.bilal.eco@pu.edu.pk)  
<https://orcid.org/0000-0003-0718-0211>

### Azka Arif Malik

Department of Economics, Government  
College University, Pakistan  
[azka.arif2020@gmail.com](mailto:azka.arif2020@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-6252-254X>

### Resumen

El uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el comercio mejora la estructura comercial y la capacidad económica de un país. Este estudio evalúa empíricamente el impacto de las TIC en el comercio internacional en 36 países de Asia y el Pacífico a nivel sectorial entre 2007 y 2018. El estudio prueba si las TIC mejoran el comercio internacional mediante la contratación del modelo de gravedad del comercio internacional al aumentarlo con la variable TIC. Un indicador de desarrollo de las TIC (IDI) se forma uniendo siete variables TIC diferentes que muestran la infraestructura, el uso

**Rabia Khalid**

School of Economics, University of the  
Punjab, Lahore, Pakistan  
rabia.eco@pu.edu.pk  
<https://orcid.org/0000-0003-1238-928X>

Recibido: 5 de febrero 2021.

Aprobado: 20 de abril 2021.

Publicado: 30 de junio 2021.

y las habilidades de las TIC. Al emplear la técnica de estimación de Poisson pseudo-máxima verosimilitud (PPML), este estudio muestra que las TIC mejoran el comercio al reducir los costos de transacción. Las conclusiones revelan que la tecnología de la información y las comunicaciones influye positiva y significativamente en el comercio internacional en todos los sectores de la región de Asia y el Pacífico y que el comercio se intensifica cuando ambos interlocutores comerciales tienen una alta dotación de tecnología de la información y las comunicaciones. El estudio recomienda que los gobiernos de los países en desarrollo actualicen sus niveles de infraestructura TIC.

**Palabras clave:**

ICT; Comercio; Modelo de gravedad; Probabilidad pseudo-máxima de Poisson (PPML).

**Abstract**

The use of information and communication technologies (ICT) in commerce improves the commercial structure and economic capacity of a country. This study empirically assesses the impact of ICTs on international trade in 36 countries in Asia and the Pacific, at the sectoral level, between 2007 and 2018. The study evaluates whether ICTs improve international trade by hiring the gravity model of international trade and increasing it with the ICT variable. An ICT development indicator (IDI) is formed by joining seven different ICT variables that show ICT infrastructure, use, and skills. Using the Poisson pseudo-maximum likelihood (PPML) estimation technique, this study shows that ICTs improve trade by reducing transaction costs. The findings reveal that information and communication technology positively and significantly influence international trade in all sectors of the Asia-Pacific region, and that trade intensifies when both trading partners have a high endowment of information and communications technology. The study recommends that governments in developing countries upgrade their ICT infrastructure levels.

**Keywords:**

ICT; Commerce; Gravity model; Poisson's pseudo-maximum probability (PPML).

**Introduction**

It is widely acknowledged that trade is an important factor for economic growth. For developing and least-developed countries, revenues from exports of goods and services to the global market are considered a vital source of foreign exchange as they ease pressure on the balance of payments and create employment opportunities (Abosedra & Tang, 2019; Thangavelu & Rajaguru 2004). While technology transfer, international competition, and economy of scale effects are apparently related to exporting, several studies note potential benefits for imports as well. In particular, studies indicate that imports of capital and intermediate goods from the Global North have a direct positive effect on the productivity of firms in the Global South through embedded high-level technology and advanced production methods (Grossman & Helpman, 1991; McKinnon, 1964; Thangavelu & Rajaguru, 2004). Thus, through bilateral South-North trade channels, firms in developing and least-developed countries learn to reproduce products or adopt high-level technology from trading partners in the Global North, either for sale domestically or for the global market. In an increasingly globalized environment, the trade landscape has been intensely changed and reshaped by Information and Communications

Technology (ICT) based innovations that provide firms with access to larger markets, allowing them to expand their customer base, increase their scale, and grow their profits. It also forces firms to deal with world-class competitors, exposes them to new ideas, expertise, and encourages them to stay up to date on market trends (Lopez-Gonzalez & Jouanjean, 2017; April & Cradock 2000; Clarke & Wallsten 2006; Freund & Weinhold 2002, 2004). On the one hand, a country's infrastructure plays a critical role in creating a nurturing environment for ICT evolution and adoption. On the other hand, internet technologies provide a foundation for ongoing progress with respect to new goods and services, new markets, and new business models in the digital economy, which provide, in turn, a platform for e-commerce development. Although the growth of internet access is widely acknowledged, it creates numerous integration challenges for developing countries and least-developed countries (LDCs) to participate in e-commerce models. For instance, the International Telecommunication Union (ITU) (2015) estimated that about 4 billion people in developing countries remain offline, and only 89 million people living in LDCs use the Internet.

Globalization is surging as industries and markets become more integrated due to decreasing tariffs and trade costs, or both. The expansion of trade in Asia has been facilitated by rapid infrastructure development. Infrastructure serves as a means to integrate markets across nations. In general, infrastructure can be divided into hard and soft infrastructure. Hard infrastructure includes transportation, telecommunications, etc., whereas soft infrastructure is comprised of laws, regulations, stakeholder dialogues, etc. (Lee, 2008). Infrastructure development appears as a result of ICT revolutions, including those related to the internet and cellular mobile technology.



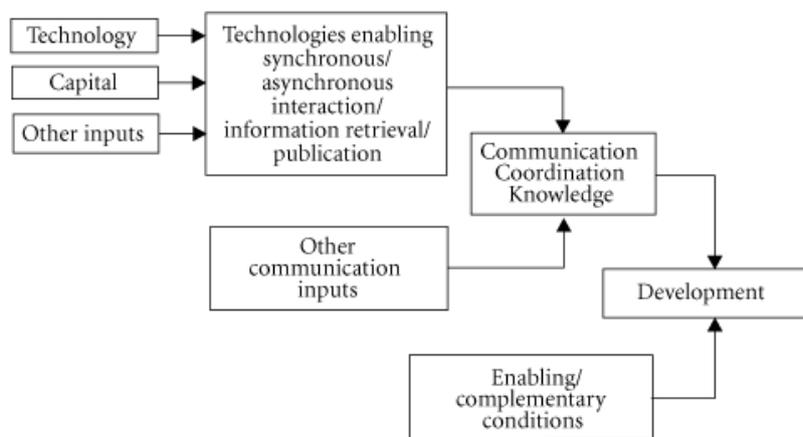
ICT use results in impressive transformations in economic development, including reductions in trade costs mainly related to ongoing technological progress, and, most importantly, ICT advances (Duval *et al.*, 2018; Hummels, 2001). Today, it is hard to imagine the production and distribution of goods and services without ICT tools. Extraordinary advances have been made in the ICT sector over the last 14 years. ICT tools help suppliers and purchasers negotiate much more conveniently both in local markets and internationally. Thus, ICT helps control issues and enhance trade through the productive management of information flows (Demirkan *et al.*, 2009). Specifically, ICTs allow private managers, traders, and the government to save money and time by organizing and giving form to both techniques and documentation (UNCTAD, 2006).

Venables (2001) showed the four channels of how ICT contributes toward reductions in trade costs. First, ICT helps make the market more transparent, leading to reductions in search and communications cost. Second, ICT use reduces firms' management and monitoring costs. Third, ICT developments lower shipping costs as they save money and time by organizing and giving form to shipping methods. Fourth, ICT helps lower time in transit and associated costs. Eaton & Kortum (2002) subsequently stated that trade between countries cannot take place without engagement and trust, and that the countries involved must overcome distances to be able to interact.

With ICT developments, geographical barriers have been reduced. As ICT helps reduce management and transaction costs, trade between countries is likely to increase despite large geographical distances between them. Moreover, Freund & Weinhold (2004) specify two ways in which ICTs reduce trade costs. First, ICTs encourage market entry, as there is no fixed cost of entry, which enhances trade. Fixed costs include search costs, marketing and communication costs. Second, overseas transactions commonly entail advance arrangements and planning that require managing uncertainty. These uncertainties are connected with delays in receiving and passing on important information. Developments in ICT contracts enable more precise and correct planning and arrangements. Trade flows between countries increase, in consequence.

Economic growth is a necessary condition for alleviating poverty and human misery in any country. Figure 1 shows the relationship between information technology and development. Information technology combined with other factors contributes to a country's development. The use of ICT infrastructure enhances international trade by reducing trade communication costs.

**Figure1: Communication Technologies in the Context of Inputs Contributing to Development**



**Source:** ICT infrastructure in emerging Asia: Policy and regulatory roadblocks. IDRC.

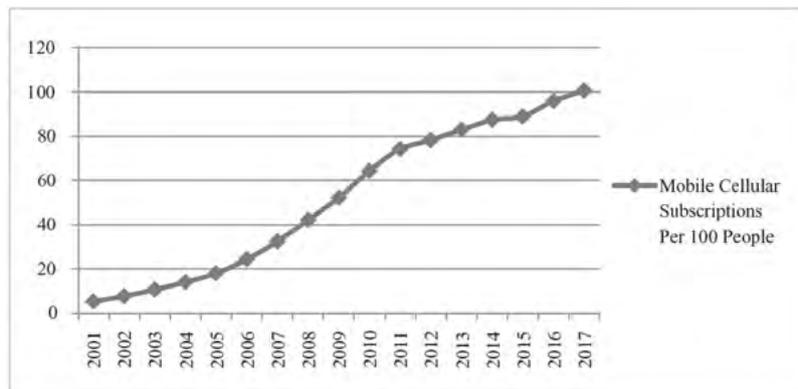
The Asia-Pacific region has been at the forefront of ICT adoption since the last decade. The World Economic Forum (WEF) report reveals that seven Asia-Pacific countries (Japan, Hong Kong, China, Republic of Korea, Australia, New Zealand and Singapore) are included in the top 20 countries on the ICT readiness parameter of the Network Readiness Index. Three of these economies (Japan, New Zealand, and the Republic of Korea) are amongst the top 10 economies on the e-commerce readiness indicator as per Business-to-Consumer (B2C) E-Commerce Index published in 2016 by UNCTAD. The Republic of Korea, Singapore, and Australia were also ranked as the

world's top three e-government leaders by the United Nations E-Government Survey in 2014. The International Telecommunication Union (ITU) 2015 ICT Development Index the measures ICT access and skills, and 4 of the top 15 countries are from this region.

The ASEAN bloc has continuously improved its ICT Development Index (IDI) score, showing its consistency as regards ICT Development. The region contains economies with different levels of development. Some have progressed more than others, but the overall picture is that all the nations in this sub-region are faring better than they did in the past. Given the importance of ICTs, the ASEAN ICT Master plan was devised in 2015. South Asian and southwest Asian countries have shown marked improvement in IDI scores. Iran, India and Myanmar have all made big gains. Iran has a better score than the global average for developing economies. India has seen massive growth in mobile internet penetration and cellular data consumption since 2016 due to a huge drop in mobile data prices.

The aggregate level trend in the progress of ICTs in Asia-Pacific developing nations presented in Figure 2 indicates that the mobile cellular subscriptions per 100 people as a standard measure of ICT expansion have risen sharply between 2001 and 2017.

**Figure 2: Trends in ICT Expansion in Asia-Pacific Developing Countries**



Source: World Bank (2018)

## 1. Literature Review

Literature on ICT based Gravity Models is relatively new in trade empirics. For instance, Freund & Weinhold (2002) estimated the impact of the internet use on bilateral trade in services in a case study of developed and middle-income countries for 1995–1999. Results indicated that a 10-percent point increase in the growth of web hosts (as a proxy for Internet adoption) in a country led to an increase of 1.7 and 1.1 percent points in service exports and service imports, respectively.

Freund & Weinhold (2004) stated that fixed costs include the costs of finding out information about the market such as advertising and establishing a distribution network. By reducing information acquisition and transmission delays, ICT use also makes planning more efficient and accurate. Fink *et al.* (2005) found evidence of the significant influence of communication costs on bilateral trade in the data for 107 countries in 1999. Clarke & Wallsten (2006) found that internet access improves export performance in developing countries and that they export more to developed countries.

Tang (2006) investigated how the use of different telecommunications channels affected US imports of differentiated goods from 1975 to 2000.

Using a fixed-effect model approach, the study found that the adoption of landline telephones, mobile phones, and internet connections in exporting countries had a significant impact on US imports of differentiated goods. Vemuri & Siddiqi (2009) analyzed panel data for 64 countries between 1985 and 2005 and concluded that ICT infrastructure and internet availability for commercial transactions had a positive and significant impact on the volume of international trade.

Mattes *et al.* (2012) examined the effects of ICT availability and use on trade using data from European Union (EU) countries. Although they did not find any significant impact of ICTs on EU trade, their results suggested that trade is enhanced if both trading partners are advanced ICT users. Nath & Liu (2013) research the impact of ICTs on imports and exports of 10 service items in 49 countries. Their findings concluded that ICT development has a significant and positive impact on international trade in the case of 6 items, namely financial services, insurance services, other business services, royalty and license fees, transportation, and travel.

Yushkova (2014) used the business internet usage index to estimate the effect of the internet on overall goods exports for 40 countries (OECD countries plus Brazil, China, India, Indonesia, Russia and South Africa) in 2011. This author found that internet usage by business communities in both exporting and importing countries was positively linked to export flows between such countries. Meijers (2014) challenged existing panel studies in which economic growth is attributed to internet use. The author improved the understanding of the mechanism by deploying a simultaneous equations model, uncovering an indirect effect of internet use on trade and of trade on economic growth.

Bensassi *et al.* (2015) analyzed the effect of ICT capital stock on exports from regions of Spain between 2003 and 2007 and found a positive effect. Lin (2015) reported a positive effect of internet use on trade for a sample of 200 countries between 1990 and 2006. In particular, results show that a 10% increase in internet users increased international trade by 0.2 to 0.4%. Nath & Liu (2017) performed a disintegrated analysis by analyzing the overall impact of the ICT index on service exports and imports both separately and in consolidation. Moreover, ICT use was found to be more significant compared to ICT access and ICT skills for trade in many different services.

Barbero & Rodriguez-Crespo (2018) studied the effect of broadband infrastructure on regional trade in the European Union and reported a positive relationship between both variables in 2007 and 2010. Latif *et al.*, (2018) performed an analysis addressing issues of cross-sectional dependence and heterogeneity in a panel dataset for BRICS economies between 2000 and 2014. They analyzed the relationship between ICT, FDI, globalization and economic growth and found a bi-causality between ICTs and international trade. Ozcan (2018) chose Turkey to investigate the effect of ICTs on trade with its trading partners using both static and dynamic panel data models. The author found a relatively larger effect of ICTs on imports than on exports in Turkey.

Toader *et al.*, (2018) provided insights into the consequences of the use of ICT infrastructure on the growth of economies in the European Union (EU). The findings of this study revealed that ICT infrastructure was a vital factor for economic growth along with other macroeconomic variables. Xing (2018) examined the impact of internet and e-commerce adoption on bilateral trade flows across a panel of 21 developing and least-developed countries and 30 OECD countries. Results indicated that improved access to ICT infrastructure stimulates bilateral trade in the case of developing and least-developed countries.

Erkekoğlu, & Yilmaz (2019) empirically researched foreign trade between Turkey and 21 Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) member countries from 1997 to 2016 using the panel data analysis method. Using a gravity

model, the factors influencing these countries' foreign trade were highlighted. Rodríguez-Crespo, & Martínez-Zarzoso (2019) used a structural gravity trade model to quantify the effect of internet use on the aggregate trade flows of bilateral exports for 120 countries over between 2000 and 2014. They found that internet use increases trade, and that segmentation by product complexity is more sensitive to internet usage than segmentation by level of income.

Ismail (2020) researched the role of three digital dimensions (digital infrastructure, digital usage, and digital security) for trade, studying select Asian countries and 20 select trade partners between 2003 and 2017 using a gravity model. Findings revealed that digital infrastructure alone cannot facilitate trade and that intense use of digital technology by businesses and consumers and strong internet security are crucial for trade. Moreover, a narrowing digital divide in terms of internet users and security could benefit both partners to a trade transaction.

Doyar, & Kanbir (2021) utilized the gravity model to estimate ICT trade between Turkey and its trade partners. Four models were estimated using two datasets considering internet users and cellular subscriptions. Results show that internet users and cellular subscriptions have a positive effect on both ICT exports and imports.

### **1.1. Contributions of this Research:**

- To contribute to the existing literature on ICTs and international trade, this article incorporates ICTs into the gravity model of trade. It studies whether the inclusion of the ICT variables into the gravity model enhances trade on a sectoral level in the Asia-Pacific region. The following are the distinct contributions made by this research:
- This study uses the Information Development Index (IDI) instead of separate ICT variables, capturing multiple aspects of ICTs, i.e., ICT access, ICT use and ICT skills.
- A gravity model with trade barriers captured by multilateral trade resistance (MTR) is likely to yield superior estimates to one obtained without trade barriers. This study estimates 'with' and 'without' MTR assumptions and then compares both.
- The Asia-Pacific region has the greatest disparities in ICT endowment. This is made evident by IDI values that show South Korea has one of the highest IDI levels and Myanmar one of the lowest. Thus, this study has the potential for looking at the diverse structure of this regional trade bloc in its different sectors and the reasons that affect these structures.

### **1.2. The ICT Development Index (IDI):**

The ICT Development Index (IDI) was designed by the International Telecommunication Union (ITU) in 2008 and was first presented in the 2009 edition of the "Measuring the Information Society Report". It was established in response to a request from ITU Member States regarding the creation of a single ICT index. The IDI ranks country performance related to ICT infrastructure and uptake. It aims to provide an objective international performance evaluation based on quantitative indicators and benchmarks. The IDI aims to capture the evolution of the information society as it moves through different stages of development including ICT readiness (infrastructure and access), ICT use (intensity), ICT capability (skills), and ICT impact (outcomes).

Although the ITU uses ten variables, this study only uses seven as data is not available for the remaining three variables for the sample countries and the time period. Table 1 shows the construction of our IDI index. Recent examples

of work using the IDI (ICT Development Index) are Mattes et al., (2012) and Nath & Liu, (2013).

**Table 1: IDI Index Development**

	Variables	Weight	
		in sub-group	of sub-group
<b>ICT Access</b>			
1	Fixed-Telephone Lines per 100 Inhabitants	33%	40%
2	Mobile-Cellular Telephone Subscriptions per 100 Inhabitants	33%	
3	International Internet Bandwidth (Bit/S) per Internet User	33%	
<b>ICT Use</b>			
4	Percentage of Individuals Using the Internet	50%	40%
5	Fixed (Wired)-Broadband Internet Subscriptions per 100 Inhabitants	50%	
<b>ICT Skills</b>			
6	Secondary Gross Enrollment Ratio	50%	20%
7	Tertiary Gross Enrollment Ratio	50%	

**Source:** Inspired by 'Measuring the Information Society Report', ITU.

## 2. Data & Methodology

This study evaluates a gravity model of international trade for 8 distinct sectors in 36<sup>1</sup> Asia-Pacific countries. To analyze the effect of ICTs on international trade, data on export values was collected in current US dollars from the UN COMTRADE database over 12 years from 2007 to 2018. Export data was collected for the eight sectors: (1) food, beverages and tobacco; (2) non-metallic mineral products; (3) machinery and transport equipment; (4) petroleum and petroleum products; (5) chemicals and chemical products; (6) clothing and textiles; (7) wood and wood products; and (8) miscellaneous products.

The influence of ICTs on trade flows is verified by the three different specifications of the gravity model primarily used by Anderson & Van Win Coop (2003) and Baier & Bergstrand (2007). Estimation approaches use both the traditional gravity model and one that includes MTR.

An ICT augmented gravity model without MTR is:

$$E_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 \ln(SIM_{ijt}) + \beta_2 \ln(DIS_{ij}) + \beta_3 F_{ij} + \beta_4 \ln(ICT_{it}) + \beta_5 \ln(ICT_{jt}) + \varepsilon_{ij}$$

Where  $E_{ijt}$  represents exports between two trading partners at time ( $t$ ),  $SIM_{ijt}$  represents economic similarities between two trading countries, the distance between the capital cities of two trading countries is represented by  $DIS_{ij}$ ,  $F_{ij}$  represents the vector of dummy variables.  $(ICT_{it})$  and  $(ICT_{jt})$  represent the extent of ICT endowments in exporter ( $i$ ) and importer ( $j$ ) countries respectively and  $\varepsilon_{ij}$  is the bilateral error term.

<sup>1</sup> Appendix table A.1 shows the list of Asia-Pacific countries. Nine countries are excluded from the study due to the unavailability of ICT data.

Multilateral trade resistance is added to the above equation to obtain the following functional form:

$$E_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 \ln(SIM_{ijt}) + \beta_2 \ln(DIS_{ij}) + \beta_3 F_{ij} + \beta_4 \ln(ICT_{it}) + \beta_5 \ln(ICT_{jt}) + \delta_i + \delta_j + \gamma + \varepsilon_{ij}$$

Where  $(\delta_i)$  and  $(\delta_j)$  are dummy variables for exporter and importer countries, which control for time-constant MTR. Additionally,  $(\gamma)$  is the dummy year that captures bias stemming from deflating export data by the US price index (Anderson & Van Win Coop, 2003).

Baier & Bergstrand (2007) emphasized that capturing MTR with the exporter and importer effect would be adequate in a cross section but insufficient in a panel data set, so the authors recommend adding time-varying country specific effects to the panel data. A serious problem arises when certain parts of the MTR change over time. While various parts of the trade cost function, such as culture, geographic and historical elements, do not change over time, others are time-varying, like exchange rate regimes. This explains why employing a proxy for unobserved MTR by integrating only country dummy variables will capture average MTR over time but not the time-varying part. Elements that change over time become part of the error term in the equation and exhibit a consequential bias if correlated with independent variables. Thus, adding the proper time variation to the MTR is required. It should be noted that the variables that do not change bilaterally but differ between countries, meaning that, for example, population and GDP in a particular year will become correlated with MTR. Consequently, these variables cannot be included in a gravity model with time-varying trading country effects (Yushkova, 2014). The same condition applies to the ICT variables, so the effects of ICT variables are estimated as the interaction between exporter and importer ICT development.

Trading countries must therefore interact with time to then be included in the gravity model in the panel data set.

$$E_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 \ln(SIM_{ijt}) + \beta_2 \ln(DIS_{ij}) + \beta_3 F_{ij} + \beta_4 [\ln(ICT_{it}) \times \ln(ICT_{jt})] + (\delta_i \times \gamma) + (\delta_j \times \gamma) + \gamma + \varepsilon_{ij}$$

Where  $(\delta_i \times \gamma)$  and  $(\delta_j \times \gamma)$  are the time-varying exporter and importer dummy variables. The country dummies in interaction with time capture all time-varying exporter and importer specific effects that also comprise multilateral resistance.

### 3. Estimation Results

Prior to explaining the estimations, the following are the summary statistics for the dataset used in this paper:

Table 2: Summary Statistics of Variables

Variables	Mean		Overall	Standard Deviation		
	Minimum	Maximum		Minimum	Maximum	Overall
Food, Beverages & Tobacco	0.00004 (Timor-Leste)	1.007 (USA)	0.1389	0.000340 (Timor-Leste)	3.2748 (Canada)	0.8437
Non-metal minerals products	$7.05 \times 10^{-6}$ (Vanuatu)	3.2615 (China)	0.3912	$9.50 \times 10^{-7}$ (Vanuatu)	10.3664 (India)	2.7937
Machinery & transportation equipment	0.00034 (Solomon Islands)	889.18 (China)	1.0520	0.00658 (Vanuatu)	2428.835 (China)	712.795
Petroleum & Petroleum products	0.000103 (Samoa)	8.8405 (Canada)	3.8088	$2.67 \times 10^{-6}$ (Timor-Leste)	241.8454 (China)	44.8139
Chemicals & Chemical products	0.000207 (Singapore)	12.44 (USA)	1.617	0.000107 (Solomon Islands)	35.9225 (Canada)	11.0222
Clothing & Textile	0.00011 (Vanuatu)	343.07 (China)	18.01	0.000137 (Solomon Islands)	749.162 (China)	146.76
Wood & Wood products	$4.14 \times 10^{-9}$ (Maldives)	2.4730 (Canada)	0.1581	$8.49 \times 10^{-8}$ (Maldives)	11.3548 (Canada)	2.0956
Miscellaneous products	$9.56 \times 10^{-6}$ (Solomon Islands)	64.1194 (China)	4.1129	0.000138 (Solomon Islands)	177.54 (China)	34.78
IDI	0.6135 (Papua New Guinea)	8.9541 (Rep. of Korea)	3.8805	0.7702 (Canada)	1.0912 (Russian Federation)	2.6285
Similarity index	0.5770 (USA)	1.8710 (Samoa)	1	0.1200 (USA)	0.7572 (Sri Lanka)	0.8065

Source: Authors' own calculation

Table 2 presents summary statistics for the export values of 8 sectors, the ICT index and a similarity index. Huge differences can be seen in the average value of exports of Asia-Pacific countries in eight sectors. China displays the maximum mean value for all eight groups while Solomon Islands displays the minimum mean values for five groups. The IDI shows that Papua New Guinea has the minimum level of ICT endowment while the Republic of Korea has the maximum level of average ICT endowment in Asia-Pacific countries. Samoa has the highest average while the USA displays the lowest average for the similarity index.

Empirical results of this study are presented in Tables 3 to 10, for the following:

- 1) **Sector 1:** Food, Beverages & Tobacco.
- 1) **Sector 2:** Non-Metal Mineral Products.
- 2) **Sector 3:** Machinery & Transport Equipment.
- 3) **Sector 4:** Petroleum & Petroleum Products.
- 4) **Sector 5:** Chemicals & Chemicals Products.
- 5) **Sector 6:** Clothing & Textiles.
- 6) **Sector 7:** Wood & Wood Products.
- 7) **Sector 8:** Miscellaneous items.

The gravity model is employed to estimate the effects of ICT on international trade in eight different sectors. The Poisson pseudo maximum likelihood (PPML) estimation technique is utilized to explore the effects of ICT on trade flows.

**Specifications:** This study tests the three different models: one without MTR, one with MTR and one using time-varying MTR. Model – 1 provides estimation results without controlling for MTR. Model – 2 provides results partially controlled for MTR by adding trading country dummies. Model – 3 provides results that control for MTR using time-varying countries dummies. The third model overcomes the bias from partially controlled multilateral resistance. However, when controlling for time-varying MTR, the exporter and importer ICT index cannot be estimated using a gravity model so ICT impacts are captured by the interaction term in the third model.

**Table 3: Estimation Results of Sector 1: Food, Beverages & Tobacco**

Dependent Variable: Exports			
	Without MTR	With MTR	With time-varying MTR
	Model – 1	Model – 2	Model – 3
$\ln(SIM)$	0.1332 (0.000)	0.0591 (0.060)	0.1596 (0.000)
$\ln(DIS)$	-0.1169 (0.001)	-0.6368 (0.000)	-0.6556 (0.000)
$\ln(ICT_i)$	1.4985 (0.000)	0.2025 (0.048)	–
$\ln(ICT_j)$	1.6115 (0.000)	0.9688 (0.000)	–
$\ln(ICT_i) \times \ln(ICT_j)$	–	–	0.8690 (0.000)
Common Language	-0.1822 (0.009)	0.0191 (0.735)	0.0772 (0.194)
Common Border	2.5777 (0.000)	0.4468 (0.000)	0.3084 (0.000)
Colonial Ties	0.4118 (0.005)	0.3663 (0.000)	0.4798 (0.000)
Same Country	-0.4273 (0.012)	0.4713 (0.000)	0.3328 (0.000)
Time Fixed Effects	No	Yes	Yes
Country Fixed Effects	No	Yes	No
(Time×Country) Effects	No	No	Yes
No. of Observations	15120	15120	15120
$R^2$	0.5545	0.9474	0.9449

Source: Authors' estimations. Note: *p*-values in parenthesis.

Table 3 contains the estimations for the Food, Beverages & Tobacco sector. The results of Model – 1, that does not control for MTR, show that all variables are positive and significant except the two dummy variables: same country and common language. In Model – 2, exporter and importer ICT show a positive and significant relation with trade, suggesting that ICT endowments increase international trade in the food, beverages and tobacco sector. The distance variable is negative and significant showing that trade is likely to re-

duce as distance increases. The dummy variables have the expected positive sign except for the language dummy variable that is insignificant. The positive sign on the dummy variables shows that trade increases if countries share a common language, a common border and have past colonial ties. The insignificant relationship between the trade and language variables show trade is not influenced if both countries have the same language.

In Model – 3, exporter and importer ICT interactions have a significant positive relation suggesting that trade is improved in the food, beverages and tobacco sector of the Asia-Pacific region. This means that trade is enhanced when both the exporter and the importer have a high level of ICT development. The common language dummy variable is still insignificant in Model – 3. Additionally, the value of  $\alpha$  is low in Model – 1 while it is high in Model – 2 and Model – 3. The high value of  $\alpha$  in Model – 2 and Model – 3 evinces the high explanatory fit of the gravity model.

**Table 4: Estimation Results for Sector 2: Non-Metal Mineral Products**

Dependent Variable: Exports			
	Without MTR	With MTR	With time-varying MTR
	Model – 1	Model – 2	Model – 3
$\ln(SIM)$	-0.0189 (0.567)	-0.00008 (0.999)	0.5063 (0.000)
$\ln(DIS)$	-0.1768 (0.000)	-0.9165 (0.000)	-0.8403 (0.000)
$\ln(ICT_i)$	0.6378 (0.000)	0.4358 (0.013)	–
$\ln(ICT_j)$	1.4704 (0.000)	1.0297 (0.000)	–
$\ln(ICT_i) \times \ln(ICT_j)$	–	–	0.0638 (0.029)
Common Language	0.9619 (0.000)	1.2421 (0.000)	1.7537 (0.000)
Common Border	1.5021 (0.000)	-0.3725 (0.000)	-0.1258 (0.183)
Colonial Ties	1.0182 (0.000)	0.6739 (0.000)	0.5381 (0.000)
Same Country	0.3225 (0.110)	-0.5832 (0.000)	-0.8206 (0.000)
Time Fixed Effects	No	Yes	Yes
Country Fixed Effects	Yes	Yes	No
(Time×Country) Effects	No	No	Yes
No. of Observations	15120	15120	15120
$R^2$	0.1442	0.8290	0.8348

Source: Authors' estimations. Note:  $p$ -values in parenthesis.

Table 4 shows the estimations for the Non-Metal Mineral Products sector. Model – 1 results indicate that the economic mass between two countries is negatively associated with international trade. The dummies show a positive and significant relationship except for the same country dummy. However, the ICT variables are positive and significant. Model – 2 results indicate that the si-

milarity index has no association with the trade in non-metal mineral products of Asia-Pacific countries.

The ICT indicators for both exporters and importers have a positive influence on trade. Common language and colonial ties dummy variables are found to be a significant determinant of international trade while common border and same country are not found to influence trade in this sector for the Asia-Pacific region. Model – 3 results indicate that all variables are positive and significant except for the same country dummy variable. has a similar behavior as in Food, Beverages & Tobacco.

**Table 5: Estimation Results for Sector 3: Machinery & Transport Equipment**

	Dependent Variable: Exports		
	Without MTR	With MTR	With time-varying MTR
	Model – 1	Model – 2	Model – 3
$\ln(SIM)$	0.0831 (0.002)	-0.0053 (0.884)	0.3902 (0.000)
$\ln(DIS)$	-0.2050 (0.000)	-0.5450 (0.000)	-0.7000 (0.000)
$\ln(ICT_i)$	1.9383 (0.000)	1.7006 (0.000)	–
$\ln(ICT_j)$	1.7593 (0.000)	0.9923 (0.000)	–
$\ln(ICT_i) \times \ln(ICT_j)$	–	–	0.7367 (0.000)
Common Language	-0.4061 (0.000)	0.1493 (0.005)	-0.7544 (0.000)
Common Border	2.3067 (0.000)	0.8321 (0.000)	0.0566 (0.639)
Colonial Ties	0.4698 (0.000)	-0.3241 (0.000)	0.6168 (0.001)
Same Country	0.9128 (0.000)	0.4343 (0.000)	1.8286 (0.000)
Time Fixed Effects	No	Yes	Yes
Country Fixed Effects	No	Yes	No
(Time×Country) Effects	No	No	Yes
No. of Observations	15120	15120	15120
$R^2$	0.3627	0.9557	0.8412

Source: Authors' estimations. Note: *p*-values in parenthesis.

Table 4 contains the estimations for the Machinery & Transport Equipment sector. Model – 1 shows that all variables are positive and significant except for the common language dummy variable. Model – 2 results show the similarity index is negative and insignificant indicating that trade in machinery and transport equipment is not influenced if countries have a similar economic mass. ICT variables are positively related to trade. The same country dummy variable is negative while the other dummy variables show a positive and significant relationship with trade.

Model – 3 results indicate that the similarity index, ICT interactions between trading partners, and distance positively influence international trade

showing that trade improved as these factors increased. The colonial ties and same country dummies show a positive relationship while the other two dummies, common language and common border, are negative and insignificant respectively.  $R^2$  behaves similarly to previous sectors.

**Table 6: Estimation Results for Sector 4: Petroleum & Petroleum Products**

Dependent Variable: Exports			
	Without MTR	With MTR	With time-varying MTR
	Model – 1	Model – 2	Model – 3
$\ln(SIM)$	-0.0662 (0.043)	0.4298 (0.000)	0.7034 (0.000)
$\ln(DIS)$	-0.2264 (0.012)	-0.6538 (0.000)	-0.6458 (0.000)
$\ln(ICT_i)$	0.4521 (0.000)	0.0932 (0.417)	–
$\ln(ICT_j)$	2.6912 (0.000)	0.6269 (0.000)	–
$\ln(ICT_i) \times \ln(ICT_j)$	–	–	0.2214 (0.000)
Common Language	-1.0896 (0.000)	0.2020 (0.015)	0.5625 (0.000)
Common Border	2.5916 (0.000)	1.0078 (0.000)	0.7294 (0.000)
Colonial Ties	2.5916 (0.007)	0.1649 (0.178)	0.1601 (0.350)
Same Country	1.5839 (0.000)	-0.2849 (0.003)	0.5033 (0.000)
Time Fixed Effects	No	Yes	Yes
Country Fixed Effects	No	Yes	No
(Time×Country) Effects	No	No	Yes
No. of Observations	15120	15120	15120
$R^2$	0.2378	0.9810	0.9882

Source: Authors' estimations. Note:  $p$ -values in parenthesis.

Table 6 reveals regression results for Sector 4: Petroleum & Petroleum Products. Model – 1 results are unexpected as the similarity index is negative, which indicates that trade is not influenced if countries have a similar economic mass. The language dummy variable is also negative. However, ICT variables are positive and statistically significant. Model – 2 results show that exporter ICT penetration has a positive and insignificant influence on the trade of petroleum and petroleum products as trade is not enhanced by ICT advancements in exporting countries.

On the other hand, importer ICT is statistically significant. Other variables also have a positive relationship with trade except for the same country dummy, which suggests that trade is not affected if countries were once the same country. Model – 3 results show that the ICT interactions between the exporter and importer are positive and significant. This indicates that trade increases when both trading countries have a high level of ICT endowments. Positive and significant dummy variables indicate that trade is increased if

countries share a common language, a common border and same country. The colonial ties dummy is insignificant, meaning that trade is not affected by countries having shared past colonial ties.

**Table 7: Estimation Results for Sector 5: Chemicals & Chemicals Products**

Dependent Variable: Exports			
	Without MTR	With MTR	With time-varying MTR
	Model – 1	Model – 2	Model – 3
$\ln(SIM)$	0.1110 (0.000)	0.1088 (0.010)	0.5238 (0.000)
$\ln(DIS)$	-0.3503 (0.000)	-0.6893 (0.000)	-0.8120 (0.000)
$\ln(ICT_i)$	2.0748 (0.000)	1.1113 (0.000)	–
$\ln(ICT_j)$	1.0570 (0.000)	0.4888 (0.000)	–
$\ln(ICT_i) \times \ln(ICT_j)$	–	–	0.4375 (0.000)
Common Language	-0.6420 (0.000)	0.4935 (0.735)	-0.7715 (0.000)
Common Border	2.6479 (0.000)	0.7950 (0.000)	0.0031 (0.983)
Colonial Ties	1.1892 (0.000)	-0.0954 (0.381)	1.0456 (0.007)
Same Country	-0.3723 (0.068)	-0.1093 (0.283)	0.9652 (0.000)
Time Fixed Effects	No	Yes	Yes
Country Fixed Effects	No	Yes	No
(Time×Country) Effects	No	No	Yes
No. of Observations	15120	15120	15120
$R^2$	0.4599	0.9307	0.7188

Source: Authors' estimations. Note: *p*-values in parenthesis.

Table 7 contains the regression results for Sector 5: Chemicals & Chemicals Products. Model – 1 results show that all variables are positive and significant except the same country and language dummies. Model – 2 results show that both exporter and importer ICT variables are positive and significant, suggesting that they enhance international trade in in chemical & chemical products in the Asia-Pacific region. The common border dummy is found to have significant influence on international trade, but colonial ties, common language, and having been the same country do not have much influence on the trade of chemicals in Asia-Pacific countries.

The results of Model – 3 indicate that ICT interactions between trading partners is positive and significant suggesting that trade in chemical & chemical products is enhanced. The colonial ties and same country dummies have a positive relationship with trade, indicating that trade is likely to increase when countries share these characteristics. The language dummy variable negatively influences international trade in the chemicals sector. The common

border dummy does not exhibit a significant influence on international trade in chemical & chemical products. has a similar behavior to the previous sectors.

**Table 8: Estimation Results for Sector 6: Clothing & Textiles**

Dependent Variable: Exports			
	Without MTR	With MTR	With time-varying MTR
	Model – 1	Model – 2	Model – 3
$\ln(SIM)$	0.0405 (0.122)	-0.4451 (0.060)	0.3770 (0.000)
$\ln(DIS)$	-0.0301 (0.715)	-0.7047 (0.000)	-0.4564 (0.000)
$\ln(ICT_i)$	0.5774 (0.000)	0.8294 (0.000)	–
$\ln(ICT_j)$	1.8597 (0.000)	0.7475 (0.000)	–
$\ln(ICT_i) \times \ln(ICT_j)$	–	–	0.2425 (0.000)
Common Language	-0.5434 (0.009)	0.61326 (0.735)	0.7173 (0.000)
Common Border	2.2231 (0.000)	0.4069 (0.000)	1.0630 (0.000)
Colonial Ties	0.3555 (0.100)	-0.5041 (0.001)	0.5199 (0.007)
Same Country	1.3131 (0.012)	0.1563 (0.072)	0.4953 (0.000)
Time Fixed Effects	No	Yes	Yes
Country Fixed Effects	No	Yes	No
$(Time \times Country)$ Effects	No	No	Yes
No. of Observations	15120	15120	15120
$R^2$	0.1209	0.9253	0.9234

Source: Authors' estimations. Note: *p*-values in parenthesis.

Table 8 displays regression results for Sector 6: Clothing & Textiles. In Model – 1, all variables are positive and significant except the two dummies that are colonial ties and common language. In Model – 2, exporter and importer ICT indicators have a positive and significant relationship with trade, showing trade is likely to increase with ICT developments in the clothing and textile sector. The similarity index displays a negative and significant relationship with trade, suggesting that trade in the Asia-Pacific region's clothing and textile sector does not increase when both trading countries have same the economic mass. The same border and same country dummies are positively and significantly related to trade while the colonial dummy is negative and significant, and the language dummy is positive but insignificant. Model – 3 results indicated that ICT interactions between exporters and importers is positive and significant, suggesting that trade is increased in the clothing and textile sector of Asia-Pacific countries. The similarity index is positive and significant. All dummy variables have a positive and significant relation to trade except the colonial ties dummy. increases when moving from Model – 1 to Model – 3.

**Table 9: Estimation Results for Sector 7: Wood & Wood Products**

	Dependent Variable: Exports		
	Without MTR	With MTR	With time-varying MTR
	Model – 1	Model – 2	Model – 3
$\ln(SIM)$	0.7418 (0.000)	0.2232 (0.004)	1.4440 (0.000)
$\ln(DIS)$	0.2280 (0.000)	0.6768 (0.000)	-0.3908 (0.000)
$\ln(ICT_i)$	3.0413 (0.000)	0.2079 (0.358)	–
$\ln(ICT_j)$	1.1108 (0.000)	2.1925 (0.000)	–
$\ln(ICT_i) \times \ln(ICT_j)$	–	–	0.4540 (0.000)
Common Language	-0.4551 (0.000)	-0.5006 (0.000)	-0.3339 (0.015)
Common Border	4.4724 (0.000)	1.2162 (0.000)	1.5947 (0.000)
Colonial Ties	-1.1161 (0.000)	0.7041 (0.002)	1.7818 (0.000)
Same Country	-3.0942 (0.000)	-0.0876 (0.642)	0.2347 (0.172)
Time Fixed Effects	No	Yes	Yes
Country Fixed Effects	No	Yes	No
(Time×Country) Effects	No	No	Yes
No. of Observations	15120	15120	15120
$R^2$	0.7735	0.9438	0.9582

Source: Authors' estimations. Note: *p*-values in parenthesis.

Table 9 reveals the results of regression for Sector 7: Wood & Wood Products. Model – 1 displays unexpected results as the distance variable is positive and significant which is in opposition to the theoretical background for the gravity model. The common language, same country and colonial ties also show a negative association with trade. Nevertheless, ICT variables are positive and significant. Model – 2 results shows that exporter ICT penetration has a positive and insignificant influence on the trade of wood & wood products, meaning that trade is not enhanced by the ICT advances in exporting countries.

On the other hand, importer ICT is statistically significant. Common language and same country dummy variables are considered significant determinants of international trade while the common border and colonial ties dummies are not found to influence trade in this sector of the Asia-Pacific region. Model – 3 results indicate that the interaction between both countries' ICT endowments improves international trade in wood & wood products in Asia-Pacific countries. The colonial ties and same country dummies are positively related to trade, meaning that trade is likely to increase when countries share these characteristics. The language dummy variable negatively influences international trade in wood and wood products. The common border dummy does not have a significant influence on international trade in wood

and wood products. The increase in from Model – 1 to Model – 3 is relatively gradual in this case.

**Table 10: Estimation Results for Sector 8: Miscellaneous Items**

	Dependent Variable: Exports		
	Without MTR	With MTR	With time-varying MTR
	Model – 1	Model – 2	Model – 3
$\ln(SIM)$	0.0734 (0.007)	-0.2840 (0.000)	0.2103 (0.000)
$\ln(DIS)$	-0.0612 (0.349)	-0.7066 (0.000)	-0.6176 (0.000)
$\ln(ICT_i)$	1.1171 (0.000)	0.8014 (0.000)	–
$\ln(ICT_j)$	2.5288 (0.000)	1.2238 (0.000)	–
$\ln(ICT_i) \times \ln(ICT_j)$	–	–	0.2103 (0.000)
Common Language	-0.3948 (0.001)	0.1631 (0.001)	0.4007 (0.000)
Common Border	2.2229 (0.000)	0.3605 (0.000)	0.2955 (0.000)
Colonial Ties	0.5236 (0.000)	0.1664 (0.219)	0.3524 (0.010)
Same Country	1.2184 (0.000)	-0.0950 (0.231)	0.1002 (0.179)
Time Fixed Effects	No	Yes	Yes
Country Fixed Effects	No	Yes	No
(Time×Country) Effects	No	No	Yes
No. of Observations	15120	15120	15120
$R^2$	0.1981	0.9253	0.9688

Source: Authors' estimations. Note: *p*-values in parenthesis.

Table 10 contains regression results for Sector 8: Miscellaneous Items. In Model – 1, all variables are positive and significant except for the language variable. Model – 2 results indicate that both exporter and importer ICT endowments are positively related to international trade in miscellaneous items. The similarity index is significant and negative showing countries with a similar economic mass are not likely to trade more. Colonial ties and same country dummies do not have much effect on international trade in miscellaneous items. Model – 3 results indicate that all other variables are positive and significant except the same country dummy variable.

Findings conclude that ICT developments and advances in Asia-Pacific countries enhanced international trade in miscellaneous items. Additionally, a low  $R^2$  in Model – 1 where MRTs such as fixed country and time effects are not incorporated show the model does not have a good fit. A high  $R^2$  in Model – 2 and Model – 3 evinces the high explanatory fit of the gravity model.



#### 4. Discussion:

Overall findings of empirical estimations support of the hypothesis defined in this paper, and these findings are supported by studies like Ozcan (2018), Ismail (2020) and Doyar, & Kanbir (2021). In Model – 1, the ICT variable has a positive and significant effect on international trade in all sectors. In Model – 2, the importer ICT variable is significant in all sectors while the exporter ICT variable is positive and insignificant for Sector 4 and Sector 7, i.e., petroleum & petroleum products and wood & wood products respectively. The insignificant relationship in the petroleum sector is due to the fact that petroleum product consumption in the Asia-Pacific region is almost twice what it is in the rest of the world. The region's production capabilities are strictly limited and it consumes three times more petroleum products than it produces (Wu, Fesharaki & Westley, 2008).

Furthermore, OPEC countries are the world's major exporters of petroleum and petroleum products in the world due to their natural monopoly over oil extraction. The total OPEC share of world petroleum production was 43.3% in 2013. The majority of crude oil exports by OPEC members in 2013 went to Asian and Pacific countries (60.4%). Asia-Pacific countries are the biggest importers of OPEC member petroleum products (OPEC, 2014). Kraal (2019) sheds light on the petroleum industry in certain Asian-Pacific countries. He stresses tax reporting transparency improvements made in Australia. For Malaysia and Indonesia, he suggests improving tax reporting transparency through the implementation of tax expenditure statements. As for Papua New Guinea, the author suggests a leaner tax incentive program for the petroleum (oil and gas) mining sector. This region does not have sufficient petroleum to export. Thus, ICTs do not have a significant impact on petroleum exports amongst exporting countries in the Asia-Pacific region.

The insignificant relation in the wood sector may be due to the fact that the Asia-Pacific region is host to the world's top ten wood product producing countries. Approximately 91% of wood production is concentrated in this region (FAO, 2013). All the countries in the Asia-Pacific region are self-sufficient wood producers, so they do not export these products to each other but to other countries. Thus, ICTs do not have a significant impact on the exports of wood products amongst exporting countries of Asia-Pacific region. In Model – 3, the interaction term of the ICT variable has a positive association and is significant in all sectors, indicating that trade is enhanced when both partners have high ICT endowments.

ICT development has significant and positive effect on the exports of eight sectors in the Asia-Pacific region. The significant positive impact of IDI on

exports from these sectors appears to suggest that ICT development has considerably enhanced market access for overseas enterprises, contributing towards improved trade flows. In other words, countries with comparatively high ICT endowments are inclined to have higher volumes of bilateral trade. These results recommend that developing the ICT infrastructure of both exporter and importer countries is vital for international trade.

The similarity index is positive in Model – 1 and Model – 2 for some sectors and negative in others but has a positive and significant relation towards trade flows for all sectors under Model – 3. This result suggests that economies of different sizes trade less with one another than economies of a similar size. Consequently, one may deduce that trade volumes between Australia and Canada, which are comparable in terms of GDP, will be higher than those between Canada and Fiji. Distance remains a serious barrier for trade. In all sectors, the study witnessed statistically significant negative coefficients of distance, indicating that trade diminishes with distance.

Some traditional dummy variables used by the thesis are common border, common language, colonial ties, and a shared experience of being the same country. Dummy variables shift radically subject to the sectors and estimation specifications used. However, sharing a common border, having past colonial ties, and the experience of being the same country facilitate international trade between countries, and these variables would be presumed to have a significant impact on trade. These variables can be insignificant and negative due to trade barriers and relationships of the trading partners towards each other. For example, Pakistan and India maintain a high level of mutual import. Nonetheless, contractions in both non-tariff and tariff barriers may lead to expanding the trade flows between trading countries.

## 5. Conclusions

This study used a gravity model to empirically test the hypothesis that ICTs had a positive influence on international trade in eight sectors of the Asia-Pacific region between 2007 and 2018. The results of the first and second models show that a higher level of ICT endowment in one trading country chiefly augments international trade with other ICT-developed countries. The results highlight the importance of ICT implementation for international trade. Results of estimations under the third model indicate that ICTs add to trade when both exporter and importer have high-quality ICT penetration.

The results also show that trade flows between countries are directly linked to economic mass and inversely linked to distances between them. The common border, common language, past colonial ties, and experience of once being the same country dummy variables returned ambiguous results. The study's findings suggest that the governments of developing countries should invest in ICT infrastructure, which increases the proficiency and effectiveness of trade activities, resulting in improved trade flows. ICT investments directed towards achieving common ICT standards and cybersecurity throughout Asia-Pacific countries, so as to facilitate ICT-based trade between them.

Future research can include deployment of the 'New Heckman' estimation explained in Mnasri, & Nechi, (2019). This will allow estimating gravity models with heteroscedasticity and zero trade values. In addition, similar research can be done in the post-covid-19 era that should return interesting results due to global effects of a pandemic where ICT use has increased like never before.

## References

- Abosedra, S., and Tang, C. F. (2019). Are exports a reliable source of economic growth in MENA countries? New evidence from the rolling Granger causality method. *Empirical Economics*, 56(3), 831-841.
- Anderson, J. E., and Van Wincoop, E. (2003). Gravity with gravitas: A solution to the border puzzle. *National Bureau of Economic Research*, 93(1), 170-192.
- Baier, S. L., and Bergstrand, J. H. (2007). Do free trade agreements actually increase members' international trade? *Journal of International Economics*, 71(1), 72-95.
- Baldwin, R., and Taglioni, D. (2006). Gravity for dummies and dummies for gravity equations (No. w12516). *National Bureau of Economic Research*. Retrieved from: <http://www.nber.org/papers/w12516>
- Barbero, J., Rodríguez-Crespo, E., (2018). The effect of broadband on European Union trade: a regional spatial approach. *The World Economy* 41(11), 2895–2913.
- Bensassi, S., Márquez-Ramos, L., Martínez-Zaroso, I., Suárez-Burguet, C., (2015). Relationship between logistics infrastructure and trade: evidence from Spanish regional exports. *Transportation Research Part-A Policy and Practice*, 72, 47–61.
- Clarke, G. R., and Wallsten, S. J. (2006). Has the internet increased trade? Developed and developing country evidence. *Economic Inquiry*, 44(3), 465-484.
- Doyar, B. V., and Kanbir, O. (2021, February). Can internet use and cellular subscriptions explain the ICT trade between Turkey and its trade partners within the Gravity Model? In *RSEP Conferences* (p. 63-72).
- Duval, Y., Utoktham, C., and Kravchenko, A. (2018). Impact of implementation of digital trade facilitation on trade costs (No. 174). *ARTNeT Working Paper Series*.
- Eaton, J., and Kortum, S. (2002). Technology, geography, and trade. *Econometrica*, 70(5), 1741-1779.
- Egger, P. (2000). A note on the proper specification of the gravity equation. *Economics Letters*, 66(1), 25-31.
- Erkekoğlu, H., and Yılmaz, B. (2019). Investigation of foreign trade between Turkey and member countries of Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) with gravity model. *Journal of Yaşar University*, 14(54), 141-151.
- Fink, C., A. Mattoo, and I.C. Neagu. 2005. Assessing the impact of communication costs on international trade. *Journal of International Economics*, 67(2), 428–445.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. *2013 Annual Report*. Retrieved from: <http://www.fao.org/forestry/354450e287e9c252335f2936d3cdc5b6bbd5ff.pdf>.
- Freund, C. L., and Weinhold, D. (2004). The effect of the internet on international trade. *Journal of International Economics*, 62(1), 171-189.
- Freund, C., and Weinhold, D. (2002). The internet and international trade in services. *American Economic Review*, 92(2), 236-240.
- Grossman G. M., and Helpman, E. (1991). *Innovation and growth in the global economy*. MIT Press, Cambridge.
- Hummels, D. (2001), *Time as a trade barrier*, (unpublished paper), Purdue University, West Lafayette, IN.
- Ismail, N. W. (2020). Digital trade facilitation and bilateral trade in selected Asian countries. *Studies in Economics and Finance*. DOI: 10.1108/SEF-10-2019-0406
- ITU, (2009). *Measuring the Information Society - The ICT Development Index*. Retrieved from: <https://www.itu.int/pub/D-IND-ICTOI-2009>
- Kraal, D. (2019). Petroleum industry tax incentives and energy policy implications: A comparison between Australia, Malaysia, Indonesia and Papua New Guinea. *Energy policy*, 126, 212-222.
- Latif, Z., Latif, S., Xirnei, L., Pathan, Z. H., Salam, S., and Jianqiu, Z. (2018). The dynamics of ICT, foreign direct investment, globalization and economic growth: Panel estimation robust to heterogeneity and cross-sectional dependence. *Telematics and Informatics*, 35(2), 318-328.
- Lee, S. (2008). Status and challenging issues of water infrastructure in Asia. Paper presented at *First Regional Workshop on Eco-efficient Water Infrastructure in Asia, UNESCAP*, 10 November 2008.
- Lin, F. (2015). Estimating the effect of the internet on international trade. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 24, 409–428.
- López-González, J. and M. Jouanjean (2017), Digital trade: Developing a framework for analysis, *OECD Trade, Policy Papers*, No. 205, OECD Publishing, Paris.
- Mattes, A., Meinen, P., and Pavel, F. (2012). Goods follow bytes: The impact of ICT on EU trade. (no. w1182). *German Institute for Economic Research*, Retrieved from: <http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw01.c.391589.de/dp1182.pdf>.
- McKinnon R. I. (1964). Foreign exchange constraints in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, 388–409
- Meijers, H. (2014). Does the internet generate economic growth, international trade, or both? *International Economics and Economic Policy*, 11(1-2), 137-163.
- Mnasri, A., and Nechi, S. (2019). New approach to estimating gravity models with heteroscedasticity and zero trade values. Available at SSRN 3367440.
- Nath, H. K., and Liu, L. (2013). Information and communication technology (ICT) and trade in services:

A disaggregated analysis. Retrieved from: <http://www.shsu.edu/dot Asset/bfd272f8-df41-465e-9cbad3aabfeb6937.pdf>.

- Nath, H. K., and Liu, L. (2017). Information and communications technology (ICT) and services trade. *Information Economics and Policy*, 41, 81-87.
- OPEC (2014), *Annual Statistical Bulletin*, Retrieved from <http://www.opec.org/opecweb/static/files/project/media/downloads/publications/ASB2014.pdf>.
- Ozcan, B. (2018). Information and communications technology (ICT) and international trade: evidence from Turkey. *Eurasian Economic Review*, 8(1), 93-113.
- Rodríguez-Crespo, E., and Martínez-Zarzoso, I. (2019). The effect of ICT on trade: Does product complexity matter? *Telematics and Informatics*, 41, 182-196.
- Rose, A., and van Wincoop, E. (2001). National money as a barrier to international trade: The real case for currency union. *American Economic Review*, 91 (2), 386-90.
- Tang, L. (2006). Communication costs and trade of differentiated goods. *Review of International Economics*, 14(1), 54-68.
- Thangavelu, S. M., and Rajaguru, G. (2004). Is there an export or import-led productivity growth in rapidly developing Asian countries? a multivariate VAR analysis. *Applied Economics*, 36(10), 1083-1093.
- Tinbergen, Jan (1962). *Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy*. New-York: The Twentieth Century Fund.
- Toader, E., Firtescu, B., Roman, A., and Anton, S. (2018). Impact of information and communication technology infrastructure on economic growth: An empirical assessment for the EU countries. *Sustainability*, 10(10), 3750.
- UNCTAD (2006). *Information Economy Report*, United Nations. Retrieved from: <http://unctad.org/en/Docs/sdteecb20061en.pdf>.
- UNCTAD (2012). A practical guide to trade policy analysis. Co-published by the WTO and the United Nations Conference on Trade and Development. Retrieved from: <http://vi.unctad.org/tpa/>.
- Vemuri, V. K., and Siddiqi, S. (2009). Impact of commercialization of the internet on international trade: A panel study using the extended gravity model. *The International Trade Journal*, 23(4), 458-484.
- Venables, A. J. (2001). *Geography and international inequalities: The impact of new technologies*. Paper presented for World Bank Annual Conference of Development Economics, USA.
- Wu, K., Fesharaki, F., and Westley, S. B. (2008). *Oil in Asia and the Pacific: Production, consumption, imports, and policy options*. Paper presented at the East-West Center, US.
- Xing, Z. (2018). The impacts of Information and Communications Technology (ICT) and E-commerce on bilateral trade flows. *International Economics and Economic Policy*, 15(3), 565-586.
- Yushkova, E. (2014). Impact of ICT on trade in different technology groups: analysis and implications. *International Economics and Economic Policy*, 11(1-2), 165-177.

## APPENDIX

**Table A.1. List of Asian Pacific Countries**

Australia	China, Hong Kong	Indonesia	Nepal	Philippines	Sri Lanka
Bangladesh	China, Macao	Japan	New Caledonia	Rep. of Korea	Thailand
Brunei Darussalam	Dem. Rep. of Korea	Madagascar	New Zealand	Russia Federation	Timor-Leste
Cambodia	Fiji	Malaysia	Pakistan	Samoa	USA
Canada	French Polynesia	Maldives	Papua New Guinea	Singapore	Vanuatu
China	India	Mauritius	Peru	Solomon Island	Vietnam
<b>Excluded Countries Due to Non-Availability of Data</b>					
Bhutan	Burma	Comoros	Cook Island	Kiribati	Laos
Marshall Island	Mongolia	Nauru			

### Technical Appendix for Gravity Model – I:

The gravity model of international trade suggests that large economic clusters have intense interaction with each other as compared to smaller ones, and adjacent clusters attract toward each other as compared to the farther ones. The name gravity model acquired from the comparison with the Newton Theory of Gravitation (UNCTAD, 2012). The gravity model claims that volume of trade flow among trading partners is directly proportional to their economic mass and inversely proportional to the distance between them.

The groundbreaking work of Tinbergen (1962) initiated a growing theoretical and empirical literature on the gravity model of trade. The model states that the trade flow from exporter ( $i$ ) to importer countries ( $j$ ) represented by ( $T_{ij}$ ) is directly proportional to the product of trading partners GDPs represented by ( $Y_i$ ) and ( $Y_j$ ), and inversely linked to their distance ( $D_{ij}$ ), mostly understood to take in all factors that might consider as trade hindrance. More generally:

$$T_{ij} = \alpha_0 \left( \frac{Y_j^{\alpha_1} Y_i^{\alpha_2}}{D_{ij}^{\alpha_3}} \right)$$

Where  $\alpha_0$ ,  $\alpha_2$  and  $\alpha_3$  are unknown parameters.

A number of variables are generally used in the gravity model to capture trade costs. Typically, empirical studies proxy trade costs with bilateral distance. However, a number of additional variables are also customarily used. These include dummies for islands, landlocked countries and common borders. To capture the all-trade barriers, Multilateral Trade Resistance (MTR) is added in the model. MTR states to the barriers, which each of country confront in their trade with all other trading countries. MTR is explained with the example as, trade between India and Pakistan is determined by the cost required to do trade with each other relative to the costs required for each of them to trade with other partners. MTR cannot be directly empirically tested. Rose & Van Wincoop (2001) came up with a solution to overcome the problem. They used the “country-specific fixed effects” to proxy the MTR. The MTR are replaced by a vector of exporting and importing country fixed effects such as ( $C_i$ ) and ( $C_j$ ) that take the value one for trade flows between country ( $i$ ) and ( $j$ ) and zero otherwise.

Anderson & Van Wincoop (2003) claimed that appropriate modelling of the MTR in the gravity model is vital for the perfect estimation. They captured the effects of MTR by utilizing the country specific effects. On the other hand,

this method only provides the half solution to the problem of modelling MTR in a panel data set. Afterward, Baldwin & Taglioni (2006) recommended including time changing trading partner dummies by interacting the exporter and importer countries dummies with time to eliminate the origin of bias. This specification is often used in the panel data model to control the MTR (Baier & Bergstrand, 2007).

## Technical Appendix for Gravity Model – II:

In order to convert the exports values from current US Dollar to constant US Dollar, this study utilize the weighted price index for each sector item. Due to the inaccessibility of segregated price deflator for each country, this study employed a US price deflator in accordance with the assumption that the relative price arrangements in these different sectors item are similar in all trading countries. Given that the products are exported, this assumption will not be invalid.

The following equation was used to attain sector exports in 2002 constant US Dollar.

$$X_{kt \text{ constant}} = \frac{X_{kt}}{P_{kt}^{US} \times E_t} \times P_{k,2002}^{US} \times E_{2002}$$

Where the constant export of sector ( $k$ ) in year ( $t$ ) represented by  $X_{kt \text{ constant}}$  is obtained by dividing the current export of sector ( $k$ ) in year ( $t$ ) with US price index of sector ( $k$ ) in year ( $t$ ) interacted with the current exchange rate. Afterward multiply it with constant US price index represented by  $P_{k,2002}^{US}$  and with constant exchange rate represented by  $E_{2002}$ . The data on price indices is calculated from Bureau of Economic Analysis (BEA) and exchange rate data is obtained from World Development Indicators (WDI).

The independent variables are ICT index for exporting and importing country, distance, economic mass and a set of dummy variables. It is challenging to develop a single measure for ICT that exhibit all characteristics of communication technology. This study constructed IDI in accordance with ITU by uniting seven different ICT variable. The IDI index displays the infrastructure, usage and skills of ICT. The index value varies from zero to ten as zero displays the minimum level of ICT development and value ten displays the maximum level of ICT development. The data of ICT variables are obtained from ITU. The study employs a proxy for economic size such as similarity index. This index captures the economic size between two trading countries. Egger (2000) designated this index as  $\left[ \ln \left\{ 1 - \left( \frac{GDP_{it}}{GDP_{it} + GDP_{jt}} \right)^2 - \left( \frac{GDP_{jt}}{GDP_{it} + GDP_{jt}} \right)^2 \right\} \right]$  which shows that similar sized countries are likely to trade more with one another. The data for similarity index was taken from WDI. The distance variable in the gravity equation is measured in kilo meters between the two capitals of the trading countries.

A vector of dummy variables shows four variables that are adjacency, common language, past colonial ties and practice of once being same country. The dummies exhibit whether the two trading partners have same official language, past colonial link, common border, or chance of once being the same country. These dummies take the value one if the trading countries share the characteristics and zero if they do not. The data on dummies and distance was collected from "French Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales" (CEPII).



# La Ola Coreana en México. Redes sociodigitales y fangagement

## The Korean Wave in Mexico. Sociodigital Networks and Fangagement



**Rodrigo Alpizar Jiménez**  
Universidad Autónoma Metropolitana  
[ro.aj1988@hotmail.com](mailto:ro.aj1988@hotmail.com)

**Adriana Robledo Sánchez**  
Universidad Autónoma de Querétaro  
[adriana.rs05@outlook.com](mailto:adriana.rs05@outlook.com)

Recibido: 19 de febrero 2021.  
Aprobado: 20 de abril 2021.  
Publicado: 30 de junio 2021.

### Resumen

Esta propuesta parte del supuesto de concebir a la Ola Coreana como una industria capaz de producir, comercializar y comunicar manifestaciones culturales de forma masiva gracias a la incorporación de los nuevos recursos tecnológicos y digitales empleados para difundir mensajes a mayor escala. Este hecho ha permitido la presencia de diversos productos culturales coreanos derivados del *Hallyu* en distintos lugares del mundo, como es el caso de algunos países latinoamericanos y, en especial, de México. Las ideas aquí presentadas son producto de una extensa revisión bibliográfica, parte de un proyecto de investigación de posgrado cuyo objetivo central está enfocado en analizar las prácticas de consumo por parte de las personas mexicanas que se asumen como *fans* de esta industria. Como se verá a lo largo de esta propuesta, son los *fans* organizados los que han desempeñado un papel de suma relevancia para la expansión y el consumo de las distintas manifestaciones culturales del *Hallyu*. Así pues, una gran parte de la información que compone este texto se desprende del estado del arte examinado para la construcción del proyecto antes señalado, así como de una serie de ejem-

plos empíricos que han tenido lugar, sobre todo en el contexto mexicano, los cuales permiten observar las interacciones cercanas entre las celebridades coreanas y sus fanáticos, gracias al uso y sentido que se les ha atribuido a las redes sociodigitales en la actualidad.

## Palabras clave

Ola Coreana; Industria cultural; Industria creativa; *Fangagement*; Redes sociodigitales, *K-pop*, *K-drama*.

## Abstract

This proposal is based on the assumption of conceiving the Korean Wave as a cultural industry capable of massively producing, commercializing, and communicating cultural manifestations by incorporating new technological and digital resources used to spread messages on a larger scale. This fact has allowed the presence of various Korean cultural products, derived from Hallyu, in different parts of the world, as would be the case in some Latin American countries, and especially in Mexico. The ideas presented here are the result of an extensive bibliographic review and are part of a postgraduate research project whose main objective is focused on analyzing consumer practices by Mexican people who consider themselves fans of this industry. As will be shown throughout this proposal, the organized fans have played an extremely important role in the expansion and consumption of the different cultural manifestations of Hallyu. Thus, a large part of the information that makes up this text derives from the state of the art examined for the construction of the aforementioned project. It is also extracted from a series of empirical examples that have taken place, above all, in the Mexican context, which allow observing the close interactions between Korean celebrities and their fans, thanks to the usage and meaning that has been attributed to socio-digital networks today.

## Keywords

Korean Wave; Cultural Industry; Creative Industry; *Fangagement*; Socio-digital Networks; *K-Pop*; *K-Drama*.

## 1. La Ola Coreana. Algunos datos generales

El *Hallyu* –en coreano 한류 u Ola Coreana en español– es el término que se le ha asignado a la industria cultural proveniente de Corea del Sur, compuesta por distintas manifestaciones entre las que destacan, por su relevancia e impacto, la música (denominada como *K-pop*), las telenovelas (*K-dramas*), la moda, el idioma, el cine, los artículos de belleza y cuidado personal (*K-beauty*) y la gastronomía. Estas manifestaciones han alcanzado dimensiones globales debido a la difusión que se ha hecho de ellas gracias al uso y la incorporación de las nuevas tecnologías de la información, tanto para su producción, como para su difusión masiva, trascendiendo las fronteras de Corea del Sur y del mismo continente asiático (Molnar, 2014; Bok-Rae Kim, 2015, 2018).

El uso del término *Hallyu* (que de acuerdo con Constanza Jorquera [2016] está compuesto por dos caracteres chinos: Han [韓]- Corea y Lyu [流]- río) se le atribuye a la prensa china, que a mediados de los años noventa empezó a utilizarlo para “describir el impacto que estaba causando la industria coreana del entretenimiento en China” (Jorquera, 2016, p. 4).

Si bien no es la intención de este texto hacer un recorrido histórico del *Hallyu*, es importante recordar que fue la cultura japonesa, acorde a los estu-

dios realizados por Bok-Rae (2018), la que sentó las bases para la creación y el desarrollo de la denominada cultura popular coreana. Durante el periodo colonial japonés –que comenzó en 1920 y encontró su final en el año 1945–, los medios masivos de comunicación fueron introducidos en Corea, principalmente los periódicos y la radio, dispositivo que a la larga impulsaría a la industria discográfica y que empezaría a perfilar lo que años más tarde sería identificado mundialmente como Ola Coreana. Es conveniente apuntar desde ahora que la música –*K-pop*– y sus múltiples representantes –artistas en solitario y una gran variedad de *boys* o *girl bands*– constituyen los pilares fundacionales que sostienen y proyectan esta gran industria cultural.



A partir de 1945 y hasta el día de hoy, la influencia estadounidense en la cultura popular coreana es palpable. En sus esfuerzos por crear una industria cultural propia y poderosa, los coreanos emularon y, de algún modo, se apropiaron “del sistema de medios estadounidense bajo el mantra ‘aprender de *Hollywood*’, argumentando que Corea debería promover grandes empresas, así como un mercado de medios que fuera mucho más comercial” (Shim, 2006, p. 32). Mediante este proceso de influencia y aprendizaje –que autores como Doobo Shim (2006) califican como de hibridación cultural–, los coreanos han aportado y adecuado sus propios elementos culturales a los distintos estilos procedentes del extranjero, al mezclar e incorporar características provenientes de sus tradiciones ancestrales a formas un tanto más innovadoras y actuales. Basta con echar un vistazo a la transformación que ha experimentado la música ‘pop’ coreana –sobre todo a partir de la década de los años 90– gracias a la interesante combinación de las tendencias globales occidentales y de las bases tradicionales de la música coreana. Así pues, un punto clave del éxito de los procesos de industrialización y masificación que detonarían la conformación, popularidad y consolidación de la Ola Coreana, fue la instauración de una sociedad capitalista de consumo en Corea del Sur durante las décadas de 1960 y 1970, época en la que los jóvenes y los adolescentes fueron considerados como los consumidores en potencia para las distintas industrias emergentes (Gutiérrez, 2006; Shim, 2006; Bok-Rae Kim, 2015, 2018).

## 2. Fases del *Hallyu*

Es relevante anotar que la Ola Coreana ha transitado por distintas fases para lograr afianzarse dentro del gusto del público coreano y no coreano, en el caso particular de este texto, del latinoamericano. De acuerdo con Mauro Neves (2018) la primera de estas fases –que surgió sin planearse– comprende desde los Juegos Olímpicos de Seúl en 1988 hasta finales de los años noventa. Esta fue la primera vez que Corea del Sur mostraría al exterior parte de su cultura local aprovechando la exposición internacional que el ser organizador de un evento deportivo de tal magnitud traía consigo, lo cual le serviría más adelante para convertirse en lo que se conoce como Marca País, término que ha cobrado trascendencia en los análisis que se han elaborado a partir del caso de Corea del Sur, y que se refiere “al valor intangible de la reputación e imagen de un país a través de múltiples aspectos, que determinan los valores que se le asocian” (CEUPE, s.f.).

Entre los factores que constituyen una Marca País –algunos de los cuales se posicionan como componentes de la Ola Coreana–, se destacan la cultura, la música, el folclore, las tradiciones, la gastronomía típica, los deportes y la oferta turística, entre otros (Juárez Postigo, L.; Blasco López M<sup>a</sup> F. & Blázquez Jiménez J. A., 2015).

Siguiendo con las etapas de la Ola, en el año 2002 la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA fue organizada por Corea del Sur y Japón en conjunto. En este periodo se gestó y tuvo lugar la segunda fase del *Hallyu* –según registra Neves (2018)–, cuyo suceso más exitoso correspondió al *K-drama Winter Sonata* o Sonata de Invierno –título con el cual se dio a conocer esta serie televisiva en español–, compuesto por veinte capítulos y transmitido en 2002 por la cadena de televisión coreana KBS 2TV. Actualmente se considera que la difusión de este drama fue el acontecimiento más representativo de la segunda etapa de la Ola Coreana y marcó el inicio de la salida de las manifestaciones culturales coreanas hacia otros lugares del mundo, pues su recibimiento en Japón –por citar un ejemplo– fue tan bueno que logró desplazar a la industria del entretenimiento japonesa<sup>1</sup>, sin dejar de mencionar su emisión en veinte países distintos, entre los que destacan Malasia, Estados Unidos, Colombia, Perú, Venezuela y México.

## 3. Grupos públicos de interés en la Ola Coreana

Luego de la instauración de la segunda etapa en el año 2002, conviene traer a colación la categoría “grupos públicos de interés” propuesta por Trevor Pinch y Wiebe E. Bijker (1984), la cual resulta de especial utilidad para complementar la descripción de las siguientes fases del *Hallyu*, en las que la tecnología y los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental. Los sociólogos antes referidos plantean que “los grupos públicos de interés se encuentran integrados por instituciones, organizaciones, así como por individuos organizados o desorganizados donde el requisito clave de todos los miembros es sostener el mismo conjunto de significados para un mismo artefacto” (Pinch y Bijker 1984 en Santos, 1994, p. 400). Si bien es cierto que los autores que propusieron tal categoría la emplearon para referirse al desarrollo de la bicicleta como un artefacto tecnológico en un contexto determinado, la categoría es favorable para trasladarla al caso de la Ola Coreana, que se ha valido de los recursos y herramientas tecnológicas para producir y difundir con mayor alcance e inmediatez determinadas manifestaciones culturales a

<sup>1</sup> Se estima que el impacto del *K-drama* representó ingresos al país por 27 mil millones de dólares, 840 billones de wons en turismo y 30 billones de wons en ventas de mercadotecnia, esto según una nota del 14 de abril de 2015 en The Korea Observer [<http://www.koreaobserver.com/bae-yong-joon-to-make-winter-sonata-sequel-later-this-year-28003/>].

fin de ser consumidas por distintas audiencias, tal como veremos enseguida.

Los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías de la información son producidos y controlados, en su mayoría, por la iniciativa privada, mientras que buena parte de los gobiernos continúan implementando programas o proyectos enfocados en conservar y reforzar el patrimonio tradicional de sus naciones, y en desarrollar y promover actividades artísticas y folclóricas cuya baja rentabilidad en el mercado suele complicar su subsistencia (García Canclini, 1987). No obstante, para el caso particular de la Ola Coreana, está claro que existe un común acuerdo o un mismo significado que es compartido por distintos grupos y que está puesto en un solo objetivo: Impulsar a la cultura –coreana– por medio de sus diversas manifestaciones como un recurso que es rentable y redituable, pues tal como lo señala Urteaga (2012):

la digitalización influye en la creación, producción, consumo y distribución de una variedad de servicios, objetos y productos culturales, impulsando la conversión de la cultura en un negocio. A su vez, los nuevos servicios culturales demandan la reconversión digital de las empresas y de los agentes involucrados en la producción cultural (p. 38).

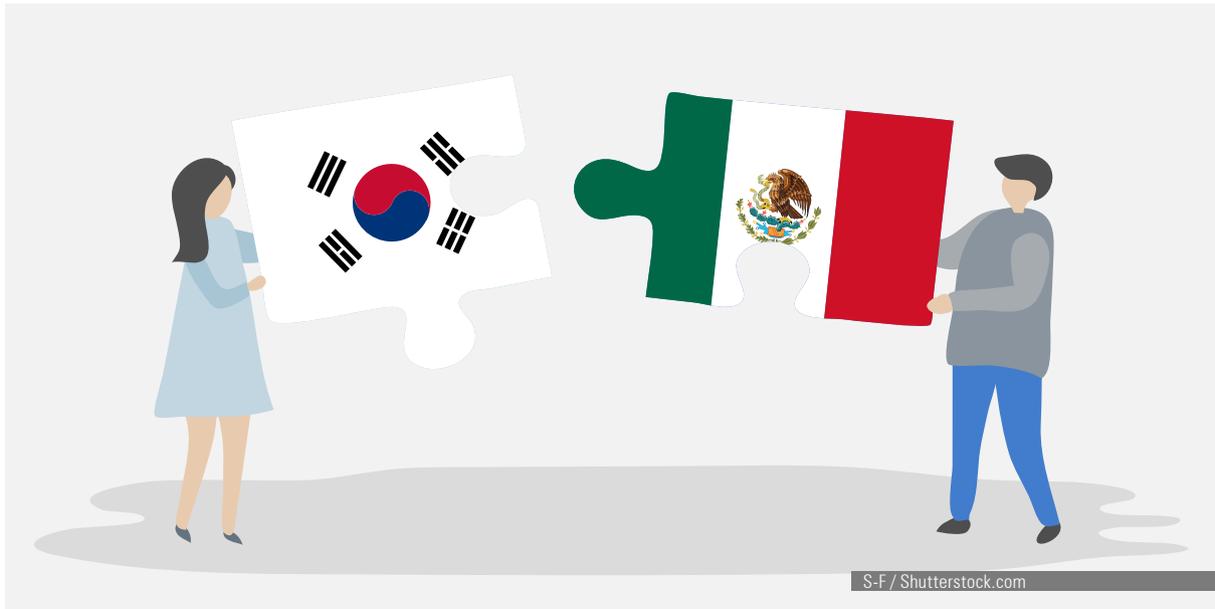
Para ilustrar, a raíz del éxito del *K-drama Winter Sonata* y en adelante, ciertas agencias del gobierno coreano comenzarían a trabajar de la mano con empresas privadas de entretenimiento con la intención de impulsar la popularidad del *Hallyu*, tomando como punto de partida los países ubicados en el Este asiático. Inicialmente se incentivaría la Ley de Promoción de la Industria Cultural Básica y la creación de la Agencia Coreana de Cultura y Contenidos (Arrijoa & Réquiz, 2018). Más adelante se formalizaría al *Hallyu* como una estrategia de *soft power* (Jorquera, 2016) o poder blando,<sup>2</sup> lo que desembocaría en la participación formal e institucional del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo por medio de la *KOCCA (Korean Creative Content Agency)* y la *KOFIC (Korean Film Council)* (Jorquera, 2016; Arrijoa & Réquiz, 2018). Una de las primeras acciones que este equipo llevó a cabo, y que resultó sumamente eficaz, fue la de etiquetar todas las exportaciones de entretenimiento coreano bajo el título 'K', por ejemplo: *K-drama*, *K-pop* y *K-fashion* o *K-beauty*. Esta estrategia permitió a los consumidores –provenientes de distintos países del mundo– identificar fácilmente el lugar de origen de sus productos (Lee, 2019; Cremayer, 2020).

Dentro de esta compleja red de grupos interesados en la rentabilidad generada por la cultura coreana, también se consideraría relevante la participación del Consejo Nacional de Marcas, y para el año 2009 se crearía la Comisión Presidencial de la Marca País en Corea (Arrijoa & Réquiz, 2018; Neves, 2018). Sin embargo, estudios realizados por Sue-Jin (2011), Bok-Rae (2015, 2018) o Lee (2019) plantean que la Ola Coreana no siempre ha sido bien recibida en otros países, surgiendo movimientos que los autores antes señalados catalogan como *antihallyu* y que han cobrado fuerza en distintos lugares, por lo que la recepción de esta industria cultural no siempre se ha dado con las puertas abiertas plenamente.

Habiendo dejado claro lo anterior, la tercera etapa del *Hallyu* –ya con una formal intervención gubernamental– empezaría por reforzar las estrategias de poder blando aplicadas en los países del Este asiático a través de la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Un ejemplo de suma relevancia que demostró la eficacia de las estrategias empleadas por los grupos de interés detrás de la Ola Coreana, fue la difusión

<sup>2</sup> Para Joseph Nye (1991) el término se refiere a la habilidad para convencer a otros de hacer lo que uno quiere por medio de la atracción, y no por la coerción o por pagos. "Este poder se enmarca en tres tipos de recursos: su cultura, haciéndola atractiva para otros; sus valores o ideales políticos, internos y en el exterior; y su política exterior, especialmente para ganar legitimidad y autoridad moral" (Mejía, 2015, p. 12).

masiva –vinculada estrechamente con el uso de las redes sociodigitales– del videoclip de la canción *Gangnam Style*, del artista surcoreano PSY. El video cuenta con más de cuatro billones de visualizaciones en la plataforma *YouTube* desde su publicación, el 15 de julio del año 2012. Este hecho resulta significativo para el tema que aquí se está abordando, puesto que en aquellos años era relativamente desconocido el impacto que tenía el *Hallyu* en Latinoamérica. Sin embargo, para el año 2014, un estudio realizado por *Korea Foundation* –organización que también se encarga de promover aspectos culturales de Corea en diferentes países a través de programas académicos o “de patrocinios para exportar numerosos dramas o telenovelas al exterior como otro canal de conocimiento de Corea del Sur” (Uscanga, 2014, p. 159)– daría a conocer que “América contaba con el mayor aumento de número de *fandoms*<sup>3</sup> o grupos de fanáticos de *Hallyu* a nivel global, alcanzando ya las 715 organizaciones [para ese entonces]. Los países con mayor número de *fandoms* son Perú, Chile y México” (Jorquera, 2016, p. 4).



Adicionalmente, fue en este tercer periodo cuando se incluyó en los planes estratégicos del *soft power* al continente americano y se crearon diferentes Centros Culturales Coreanos (CCC) situados en varios países de América Latina, entre los cuales se incluyó a México. Estos Centros Culturales son los encargados de realizar y promover distintos eventos relacionados no solo con el *Hallyu*, sino con la cultura coreana en sus aspectos más tradicionales. También imparten diferentes talleres para incentivar el aprendizaje del idioma coreano o de su gastronomía típica, organizan conferencias especializadas en temas de interés general sobre Corea y ofrecen pláticas de orientación académica en sus instalaciones acerca de los procesos de admisión para que aquellos estudiantes que deseen postularse para obtener una beca dentro de uno de los programas de licenciatura o posgrado en alguna institución de Corea del Sur, sepan cómo hacerlo. Es preciso añadir que la difusión y la promoción que se hace de los eventos antes mencionados y otros tantos

<sup>3</sup> El *fandom* comprende la comunidad global conformada por *fans* que comparten el gusto, admiración o afición por algo o alguien en particular. El *fandom* promueve y provee sentimientos de identidad y colectividad entre sus miembros, quienes suelen estar orientados a la realización de ciertas actividades relacionadas con el interés que los mantiene unidos (Thompson, 1998; Turriza, 2019).

más, se vale del uso de las redes sociodigitales y de páginas oficiales, ya sea de los propios Centros Culturales Coreanos, de las embajadas y de algunos otros medios –como revistas, *blogs* y canales de *YouTube*– a fin de lograr un mayor alcance y resonancia de los mensajes que desean transmitir a los miembros de su audiencia. Hay que destacar que, en ocasiones, algunas de las actividades culturales desarrolladas bajo la organización del Centro Cultural Coreano en México han sido tan populares entre el público que la misma televisión abierta –percibida al día de hoy como un medio de comunicación masivo tradicional–, se ha encargado de brindarles espacios de difusión dentro de su propia programación. Algunos casos son el Canal 22 y Proyecto 40, registros audiovisuales que pueden encontrarse todavía en el canal oficial de *YouTube* del CCC México.

Es posible apreciar con nitidez, a partir de este punto, el gran empuje que se le estaba otorgando al rol casi protagónico que desempeñarían en adelante las tecnologías de la información y la comunicación, y el uso de las redes sociodigitales, en dirección hacia el éxito transnacional del *Hallyu*. Incluso Vidal (2014) propone que con la masificación –más no democratización– de internet en los últimos años y la aparición de la plataforma de videos *YouTube*, “el *K-pop* (pieza clave del *Hallyu* como se señaló anteriormente) se hizo mucho más accesible y ‘viralizable’ para las personas (que empezaban a estar más) interesadas en la cultura coreana” (p. 15).

Probablemente fue en este instante registrado por Vidal (2014) cuando el *Hallyu* pasó de ser una industria cultural a una industria creativa digital, que refleja “la influencia de las tecnologías digitales en la creación y el desarrollo de nuevas expresiones culturales” (Secretaría de Cultura, 2018, p. 8). Para respaldar esta afirmación, es imprescindible recurrir a la definición amplia de las industrias culturales y las industrias creativas que, de acuerdo con la UNESCO (2009), encuentran elementos coincidentes, y que son entendidas como “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, promoción, difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (p. 1). La dimensión en común que compartirían estas industrias culturales y creativas –la salida al mercado, la promoción y la difusión– es la que le otorga la facultad a esta definición de utilizar sus concepciones y poder aplicarlas al caso de la Ola Coreana. Asimismo, el que sus manifestaciones culturales –como los *K-dramas*, el *K-pop* e incluso la gastronomía y el *K-beauty*– tuvieran la capacidad de entrar en una “dinámica de digitalización” (UNESCO en Secretaría de Cultura, 2018, pp. 52-53) no hizo más que expandir esta industria alcanzando públicos más amplios, pues el propósito ahora, con la incorporación y el uso cotidiano de las tecnologías, está enfocado en que las personas interesadas en este tipo de bienes puedan consumirlos rápidamente a través de distintos dispositivos digitales y desde distintos lugares del mundo gracias al acceso que se tiene a internet. Está claro que ni la gastronomía ni el llamado *K-beauty* cuentan –todavía– con los recursos tecnológicos suficientes para digitalizarse, pero la promoción que se ha hecho de estas manifestaciones culturales a través de las redes sociodigitales –especialmente en plataformas como *YouTube*– ha sido indispensable para despertar el interés en conocerlos y más tarde en consumirlos, o al menos en imitarlos en países con tradiciones culinarias muy diferentes a las coreanas, para el caso de la gastronomía. Respecto a los cosméticos, los productos de belleza y de cuidado personal, también existe una gran difusión por parte de los llamados ‘creadores de contenido’, que no hacen más que alentar a los consumidores, quienes se dan a la tarea de conseguir –en tiendas físicas establecidas en sus países o mediante compras en sitios de internet especializados– mascarillas, cremas y otros artículos para el cuidado y el aclarado de la piel, principalmente del rostro, algo que al parecer es muy importante y

apreciado dentro de los estándares de belleza coreanos, tal como se observa en los dramas y en el aspecto de la mayoría de los *idols* y las celebridades surcoreanas. En México, particularmente, es posible encontrar estos artículos catalogados como de *K-beauty* en establecimientos especializados, algunos de ellos ubicados estratégicamente en el área que se ha constituido como el ‘barrio coreano’, que comprende las calles de la llamada Zona Rosa en la Ciudad de México. El surgimiento en años recientes de este ‘barrio coreano’ en uno de los lugares más populares, céntricos y concurridos de la capital mexicana, se debe a la fuerte presencia de comercios como restaurantes, cafeterías, karaokes, pequeños supermercados y tiendas dedicadas a la venta de productos de moda y belleza coreanos. Aunado a esto, es notable el aumento de academias o clases impartidas por profesores nativos que tienen como objetivo la enseñanza del idioma coreano, y que suelen promocionarse a través de carteles o anuncios exhibidos en los comercios antes descritos.

El conjunto de estas manifestaciones culturales contenidas en el *Hallyu*, y que son transportadas masivamente a través de los distintos medios tecnológicos de los que se dispone hoy en día, sin lugar a dudas ha sido una acción acertada para que los grupos públicos de interés (Pinch y Bijker, 1984), integrados por la iniciativa privada y algunas dependencias del gobierno coreano, encuentren audiencias más amplias deseosas de consumir aspectos particulares de la cultura coreana, todos ellos etiquetados bajo la rúbrica ‘K’. Por lo tanto, en este contexto social marcado por un intenso consumismo que dibuja y define el entorno “el mercado responde a las expresiones de gusto y del deseo popular y a las identidades que la gente prefiere, intentando producir más de eso mismo” (Winner, 2004, p. 60). Quizá esta idea de Langdon Winner encuentre sintonía en propuestas tan clásicas, pero no por ello menos vigentes, como las plasmadas hace algunas décadas en la tesis de Walter Benjamin (1953), en la que se retoman los postulados de Adorno y Horkheimer, particularmente aquel que invita a no perder de vista la existencia de una masa que es “manipulada al antojo de los *managers* de un monstruoso sistema generador de gustos y opiniones cuya meta obsesiva es la reproducción, en infinidad de versiones de todo tipo, de un solo mensaje que canta la omnipotencia del capital” (Benjamin, 2003, p. 25 originalmente publicado en 1935). De este modo, el aprovechamiento de este contexto actual caracterizado por la proliferación de una gran cantidad de ecosistemas tecnológicos (Morley, 2008; Díaz y Roque, 2014) y digitales (Katz, 2015) en el que se sobrevalora el consumo, no ha hecho más que favorecer y confirmar el fortalecimiento y la presencia del *Hallyu* dentro y fuera del territorio surcoreano, pues una gran parte de lo que hoy en día se podría concebir como cultura de masas se gesta en el ciberespacio, al cual acceden los usuarios mediante distintos tipos de dispositivos que son cada vez más sofisticados, y que permiten mayores grados de interacción y colaboración entre creadores y consumidores.

#### **4. *Fangagement*. Interacción y compromiso entre las celebridades coreanas y sus fans**

Para retomar las etapas del *Hallyu*, Mauro Neves (2018) propone que la cuarta fase bien puede ser denominada como el *Hallyu 2.0*, la cual implicaría la participación en la Ola Coreana de personas de todo el mundo gracias al uso cotidiano de las redes sociodigitales. Otra de las características que este autor considera importante dentro de lo que es el *Hallyu 2.0*, es la producción de contenido coreano con características de esta cultura, pero realizado fuera del territorio de Corea del Sur. Esto como resultado –nuevamente– del uso de las redes sociodigitales en favor de la difusión de la Ola Coreana por

parte de los *fans* de esta industria creativa digital.<sup>4</sup> Para ahondar un poco más en esta cuestión, es oportuno traer a la mesa de la discusión una categoría elaborada y propuesta por Brandon Lee Houlsby (2019), la cual no ha sido desarrollada del todo pero que, con algunas aportaciones que complementan su definición inicial, se percibe como elemental para conseguir un mejor entendimiento del fenómeno social *fan* derivado de la masificación de la Ola Coreana: el *fangagement*.



De acuerdo con los primeros esbozos que ofrece Lee (2019), el *fangagement* es útil para expresar el alto grado de interacción que existe hoy en día entre las celebridades coreanas y los miembros de sus audiencias, producto del uso cotidiano de las diferentes redes sociales digitales disponibles.<sup>5</sup> Este ejercicio se manifiesta de mejor forma cuando los grupos de *fans* o *fandoms* adquieren el compromiso de centrar buena parte de su tiempo en promocionar a sus artistas coreanos favoritos mediante la implementación de distintas estrategias creativas y colaborativas que suelen echar mano, principalmente, de las redes sociodigitales como herramienta de comunicación e interacción, pero también como escenario en el que muestran y despliegan el compromiso adquirido. Para echar a andar este ejercicio adecuadamente, es indispensable que los *fans* –pertenecientes a los distintos *fandoms* que existen– comprometidos con la consecución de una meta en común, destinen cierta cantidad de recursos, que van desde lo económico hasta la inversión de su tiempo, a la realización de una serie de tareas que se proponen concretar en conjunto, como a menudo se puede observar en las redes sociales, cuando, por ejemplo, se lleva a cabo un trabajo colectivo –en ocasiones incluso con la participación y el involucramiento de los mismos *idols*– para tratar de que el nombre de su artista favorito se convierta en una tendencia mundial, aunque el *fangagement* no se limita solo a posicionar a las celebridades surcoreanas en el ciberespacio, tal como se expondrá a continuación.

4 Para el quinto período, “el gobierno coreano ha puesto en marcha el *K-culture Promotion Task Force*, que tiene como finalidad ayudar a iniciar la era del ‘*Hallyu 3.0*’, fijando su objetivo inicial en el ‘desarrollo creativo de la cultura tradicional’ (Ryzhkov, 2014 en Arriojas & Réquiza, 2019, p. 47). Esta fase integra ya, de manera formal, a la industria de belleza y el sector turismo; también da pie al *Han Style*, que tiene como propósito dar a conocer aspectos más tradicionales sobre la cultura coreana.

5 Es pertinente acotar que en su texto *All eyes on Seoul: A study of the Korean Wave* del 2019, Lee Houlsby analiza el *fangagement* desde el rol que desempeñan las celebridades coreanas, sin profundizar demasiado en el papel que llevan a cabo los fans, el cual, de acuerdo con nuestra observación y recopilación testimonial, es clave para que este ejercicio siga funcionando.

Los mismos miembros que configuran y dan sentido a estos *fandoms* o grupos de *fans*, son quienes frecuentemente se encargan de traducir y/o subtítular del idioma original coreano al idioma en el que estas comunidades consumen los materiales audiovisuales, algunos videoclips de canciones, entrevistas de artistas coreanos y en otros casos aún más representativos series completas de televisión –*K-dramas*–, como se refleja en la circunstancia particular del servicio de *streaming* llamado *Viki*, en donde es posible dar cuenta del trabajo colaborativo emprendido por distintos “equipos” de *fans* que contribuyen en la traducción y el subtítulado del contenido que en dicha plataforma está disponible.

Asimismo, existe un sitio de internet llamado *Soompi*, el cual está enfocado básicamente en presentar las noticias más recientes y relevantes sobre la cultura pop de Corea del Sur. Este ejemplo resulta sumamente ilustrativo para lo que aquí se está argumentando, debido a que *Soompi* se sostiene y se enriquece gracias a las constantes aportaciones de diferentes *fans* alrededor del mundo que trabajan continua y comprometidamente para mantener un adecuado funcionamiento dentro del sitio. Este esfuerzo implica a todas luces que, muy probablemente motivados por algunas de las distintas manifestaciones culturales constitutivas de la Ola Coreana, ciertas personas busquen los medios necesarios para aprender el idioma coreano, ya sea inscribiéndose a un curso presencial –algo que se puede hacer en lugares como los Centros Culturales Coreanos, de forma gratuita para el caso particular de México–, descargando aplicaciones de idiomas<sup>6</sup> o viendo tutoriales que están disponibles en internet, al tiempo que desarrollan o mejoran sus habilidades tecnológicas o simplemente dinamizan sus cualidades, todo con el propósito de aportar a la difusión y al acceso de estos contenidos derivados de la Ola Coreana.

Es importante señalar dos cuestiones antes de seguir analizando al *fanga-ment*. La primera de ellas es la trascendencia que han tenido los *K-dramas* para la difusión y por ende el consumo de otras manifestaciones culturales del *Hallyu*. El Centro Cultural Coreano en México ha informado que, desde el año 2002, se han transmitido en este país nueve *K-dramas* gracias al vínculo y a las negociaciones que se han establecido con cadenas estatales de televisión abierta, como el Canal 34 de Tv Mexiquense, o canales locales de los estados de Michoacán, Puebla, Nuevo León, Campeche y Jalisco (Mérida, 2015). En este sentido, gracias al desarrollo tecnológico que ha acompañado al *Hallyu* desde su creación y durante sus distintas etapas de expansión, Lee (2019) propone que en años recientes algunas compañías coreanas de creación y publicación de contenidos digitales se han asociado exitosamente con las plataformas occidentales de servicios de transmisión, como *Netflix* o *AmazonPrimeTV*, con el propósito de producir, distribuir y promocionar sus programas y películas coreanas a través de dichos servicios. Esto sin dejar de lado la existencia de aplicaciones creadas exclusivamente para alojar y exhibir los contenidos antes referidos, como ese enorme acervo digital de series coreanas que albergaba *Viki*, y la extinta plataforma *DramaFever*.

En consecuencia, los *K-dramas* han jugado un papel muy importante en la diseminación del *Hallyu*, pues fueron las mismas telenovelas coreanas “las que en un principio fungieron como una especie de vehículo de la música pop coreana, ya que esta formaba parte de los melodramas al ser incluida como banda sonora de estas producciones” (Vidal, 2014, p. 11). Es así que se retomarán algunos ejemplos concretos relacionados con el *K-pop* a fin de seguir exponiendo el compromiso de los *fans* –al cual se ha acordado

<sup>6</sup> Es interesante subrayar el caso de *MEEFF*, una aplicación para conocer amigos coreanos y practicar el idioma coreano que ha suscitado algunas controversias a su alrededor, pues existen comentarios en las redes sociodigitales de usuarios que aseguran ha pasado a ser un entorno que al parecer favorece el intercambio de materiales audiovisuales de contenido sexual.

nombrar en este texto como *fangagement*– en la promoción de este elemento primordial para la Ola Coreana: la música pop.

Brandon Lee Houlsby (2019) enfatiza que las empresas coreanas son conscientes de la forma en la que manejan a sus artistas, además de la cercana y estrecha relación que dichas celebridades mantienen con sus *fans*. Esta situación es terreno fértil para que se fomente y se sostenga una continua creación de contenidos o productos dirigidos estratégicamente para que el *fandom* en cuestión siga interesado e involucrado con el artista que admira, observando, además, que su trabajo como *fan* comprometido con la causa común será recompensado de alguna u otra manera en determinado momento.



Tal es el caso de la tienda *BTS POP-UP: House of BTS* de la banda de *K-pop* *BTS*. Dicho establecimiento abrió sus puertas del 13 de diciembre de 2019 al 26 de enero de 2020, y estuvo ubicado en una de las zonas más exclusivas de la Ciudad de México. Cabe resaltar que esta *boutique* fue la primera tienda oficial de la agrupación que se inauguró fuera del continente asiático, y como lo publicó en una nota el periódico *La Verdad* (2019):

el *ARMY -fandom-* mexicano se ha caracterizado por ser uno de los más fuertes de toda Latinoamérica y por esa razón han sido recompensadas (regularmente los grupos de *fans* de las bandas de *K-pop* están conformados en su mayoría por mujeres, aunque curiosamente esta nota asume o da por sentado que el *ARMY* mexicano está integrado únicamente por mujeres al hacer alusión a que son *ellas* las que *han sido recompensadas*) con la llegada de la tienda oficial de la agrupación en donde podrán adquirir todos los productos que *BTS* ha lanzado al mercado mundial (párr.2).

Aunque la nota no lo menciona textualmente, se intuye que las redes sociodigitales jugaron un papel fundamental al momento de tomar la decisión de abrir la tienda en México y no en otro de los países que habían sido contemplados en América Latina, como lo fue el caso de Brasil. Al parecer el *fandom* mexicano ejerció una fuerte presencia en las redes logrando que el establecimiento se trasladara directamente a la capital mexicana y así, los *fans* –mexicanos y extranjeros que se desplazaron hasta México solo para poder ser parte de esta experiencia– tuvieron la oportunidad de asistir al evento de apertura, adquirir productos oficiales que inclusive habían sido diseñados con motivos mexicanos, y registrar su experiencia en las distintas redes publicando fotografías y videos –que compartían con *fandoms* de otros países del mundo– en los que mostraban sus adquisiciones y el agradecimiento a la banda por haber tomado en cuenta a su país.

Otros sucesos interesantes que reflejan el compromiso de los *fandoms* y el alcance internacional que ha logrado la Ola Coreana tuvieron lugar durante la pandemia de covid-19, la cual ha transformado radicalmente las prácticas sociales y culturales desde su aparición global a partir del año 2020, algo que no ha resultado un impedimento para que el *Hallyu* siga exportando sus manifestaciones por medio del uso de las tecnologías.

El 31 de mayo del 2020 la agrupación de *K-pop Super Junior* ofreció un concierto *online* a través de la plataforma *V-live*. El espectáculo resultó ser todo un éxito gracias a la respuesta del público, pues un aproximado de 120.000 personas localizadas en distintas partes del mundo tuvieron la oportunidad de presenciar el show en vivo –viendo al mismo tiempo la transmisión desde sus países de residencia– previo un pago de por medio (alrededor de \$30 USD, aproximadamente \$570 MXN). Además, cabe recalcar que el *fandom* ‘E.L.F’ –*Ever Lasting Friends*, nombre oficial con el que se identifica mundialmente al club de fans de *Super Junior*– logró romper el récord de la mayor cantidad de corazones<sup>7</sup> enviados en la plataforma hasta ese día, ya que según la agencia de noticias *Yonhap* (2020) se recibieron alrededor de 2.850 millones de corazones durante la transmisión. Hay que retomar aquí el planteamiento de esas relaciones estrechas que se dan entre *fans* y artistas observadas por Lee Houlsby (2019), puesto que algunos *fans* de *Super Junior* tuvieron la oportunidad de interactuar directamente con los *idols* por medio de video llamadas, mientras que otros tantos aparecieron en las pantallas del escenario, todo esto durante el concierto que se llevó a cabo en la fecha antes citada.

Por su parte, el 14 de junio del 2020 la banda *BTS* realizó un concierto que reunió a más de 750 mil espectadores en línea provenientes de más de 107 países del mundo, destacando la presencia de *fans* del continente americano, quienes sumaron la nada despreciable cantidad de más de 90 mil personas conectadas para disfrutar el evento, superando incluso a la audiencia en conjunto de Corea del Sur y Japón, según se puede apreciar en un mapa interactivo que, a través del encendido del *lighstick* oficial del grupo –artefacto luminoso que se ha convertido en un elemento casi de identidad<sup>8</sup> dentro de algunos *fandoms* dependiendo de su forma y color–, marcaba la ubicación en tiempo real de los *fans* que presenciaban el concierto, todo esto de acuerdo a un reporte realizado por el blog *thethallofstars.com* (2020). No es un dato menor hacer una pequeña descripción del papel fundamental que jugó la tecnología para hacer este evento posible, pues gracias al desarrollo de un sofisticado programa, los fans de *BTS* que contaran con un *lighstick* oficial –y con el boleto que les daría el acceso a la transmisión del concierto

<sup>7</sup> Botones sociales que indican, en este caso, que el contenido está siendo del agrado del espectador.

<sup>8</sup> Para Langdon Winner (2004) “Los bienes de consumo se han convertido en medios a través de los cuales las personas se expresan a sí mismas: lo que compran, lo que visten, lo que poseen y lo que usan es un símbolo de sus vidas” (p. 60).

cuyo costo para el público general fue de \$35 USD y para los miembros del *fandom* oficial de la banda de \$26 USD aproximadamente, según se observa en la nota elaborada por *thehallofstars*— tenían la oportunidad de sincronizarlo de forma tal que su encendido contribuyera a ubicar su posición en el mapa interactivo al cual se hizo mención anteriormente. La cantidad de personas que presenciaron este *show* en el mundo fue tan grande que el suceso fue reportado en varias notas de distintos sitios de internet, como por ejemplo “BTS vende 20 millones de dólares para un concierto *online*” publicada en *Música News* (2020) o “BTS atrae a más de 750.000 espectadores simultáneos al concierto en línea, *Bang Bang Con: The Live*”, que se encuentra en el sitio en español de *Soompi* (2020).

De nueva cuenta es importante recordar que las compañías que manejan a los artistas coreanos saben muy bien cómo atestar golpes mediáticos que dan resultados tangibles entre sus bases de *fans*. Tal sería el caso de *Super Junior*, pues en el año 2018 la banda lanzaría un par de canciones originales y un *cover* especialmente enfocadas en su público latinoamericano. Con la colaboración de la artista estadounidense con raíces dominicanas Leslie Grace, la banda estrenó su sencillo “*Lo siento*”, el cual se posicionó rápidamente dentro del gusto del público. Algunas semanas después, la agrupación lanzaría el tema *Otra vez*, ahora con la participación de la banda de *rock-pop* mexicana *Reik*. Es preciso apuntar que las estrofas de las composiciones musicales hasta aquí señaladas fueron escritas e interpretadas en inglés, coreano y español, aunque hay que decir también que existen versiones de estas coplas que fueron grabadas y presentadas omitiendo las partes en español. Finalmente, *Super Junior* realizó el *cover* de la canción “*Ahora te puedes marchar*” que hiciera famosa el cantante nacido en Puerto Rico pero nacionalizado mexicano Luis Miguel en los años ochenta. La coreografía que se observa en el videoclip de esta pieza es una réplica casi idéntica del video original de la misma, además de que la banda interpretó el tema totalmente en español, hecho que es de destacar y que ilustraría, de buena forma, ese compromiso que también demuestran de vez en cuando los artistas con los *fans*. De igual manera el canal de televisión por cable mexicano *Telehit*—que hasta hace poco se especializaba únicamente en la proyección de videos musicales y programas de una variedad de contenido musical—, que año con año organiza un concierto masivo para conmemorar su aniversario, tuvo la atinada decisión de incluir, en el mismo año 2018, a *Super Junior* como una de las bandas estelares que se presentaría en el Estadio Azteca con el motivo del cumpleaños número 25 de dicha emisora. Al parecer, el hecho de haber contemplado a una banda de *K-pop* para casi protagonizar un evento tan grande no había sucedido con anterioridad, aunque *Telehit* ya empezaba a probar con algunos programas que presentaban el *K-pop* como parte de sus contenidos. Aparentemente esta estrategia le ha dado resultados fructíferos a este canal de televisión, posiblemente debido a que en México existen al día de hoy varias *Fanpages* en *Facebook* de grupos de *K-pop*, entre las que es posible encontrar: *BTS México Alianza Latina* con 218.761 *likes* y 244.692 *followers*; *GOT7 México* 76.835 *likes* y 78.269 *followers*; *BlackPink México* 63.448 *likes* y 66.483 *seguidores*; *EXO Planet México* con 52.134 *likes* y 52.359 *followers*; *Twice México* con 49.484 *likes* y 54.145 *seguidores*; *Monsta X México* con 46.937 *likes* y 48.758 *followers*; *NCT* 37.758 *likes* y 38.803 *seguidores*; *ELF Support Mx* con 24.104 *likes* y 25.707 *followers*.



Aunado a lo anterior, en Ciudad de México se han llevado a cabo eventos relacionados con el *Hallyu* impulsados por los propios *fans*, cumpliendo con una de las características del *Hallyu 2.0* a la que Mauro Neves (2018) se refiere como la producción de contenido coreano fuera de Corea del Sur. A modo de ejemplo, el *fandom E.L.F* de México organizó un proyecto cultural para conmemorar la visita de *Super Junior* al país en el año 2018, así como el décimo tercer aniversario de la agrupación. Para esto, el grupo de *fans* llevó a cabo una exposición de distintas fotografías de la banda y sus integrantes en conciertos que se realizaron previamente en México. Estas imágenes fueron colocadas en una estación del sistema de transporte colectivo metro en la capital mexicana y el embajador de Corea del Sur se dio el tiempo necesario para asistir a la inauguración de la muestra. El gesto al parecer fue bien recibido por la banda, que incluso se posicionó al respecto agradeciendo este esfuerzo a sus *fans* mexicanos a través de sus redes sociales oficiales. En este mismo tenor, hasta el mes de septiembre del año 2020 se habían celebrado ya dos ediciones de la exhibición *K-pop: fenómeno global coreano* presentado en el Museo Nacional de las Culturas del Mundo en la Ciudad de México. Esta iniciativa partió de la organización de distintos miembros de *fandoms* en México con el fin de exponer al público más de 400 artículos entre discos, *lighsticks* oficiales, cromos y coleccionables de diferentes grupos de *K-pop* de 1996 a 2019, según un reporte elaborado y publicado por el diario *Milenio* (2020). Todos los artículos exhibidos pertenecen a los ya mencionados miembros de diferentes *fandoms* en México, quienes prestaron sus adquisiciones para su exhibición. Aunque es un hecho que el público del *K-pop* no es una comunidad homogénea –pues no todos los *fandoms* apoyan ni gustan de las mismas bandas e incluso existen rivalidades entre estos–, hubo una organización y colaboración en conjunto para que el evento llevado a cabo en el Museo Nacional de las Culturas del Mundo fuera posible, gracias al conglomerado de fan clubs '*K-Fan Unión México*', que curiosamente estuvo dirigido por *E.L.F Support Mx*. De la misma forma, vale la pena subrayar que en este mismo recinto cultural se han presentado eventos dirigidos por el Círculo Mexicano de Estudios Coreanos, una organización dedicada a fomentar, promover y difundir los conocimientos sobre la península coreana, según se aprecia en su página oficial en *Facebook* (@CMEC.edu). Por último, en el

contexto mexicano se cuenta con la presencia del proyecto Mitología en el S.XXI de la Universidad Nacional Autónoma de México, colectivo que también se ha encargado de presentar charlas y conferencias sobre el tema del *Hallyu* y el *K-pop* en algunas instituciones académicas de este país.



## 5. A modo de conclusión

La recopilación de algunos de los esfuerzos realizados por los *fans* y sus grupos de *fandoms* que se ha presentado hasta aquí, encuentra relación con lo que Langdon Winner (2004) denomina “comunidades de interés”. Para el teórico político estadounidense estas comunidades están conformadas por individuos con gustos y puntos de vista similares, pues “gracias al internet los usuarios tienen las herramientas suficientes que les permiten delimitar aquella serie de asuntos que se centran justamente en lo que les interesa en un momento dado” (Winner, 2004, pp. 62-63). Al respecto, los *fans* de las distintas manifestaciones culturales contenidas en el *Hallyu* buscan aprovechar los recursos que están a su alcance para lograr acercarse cada vez más a sus objetivos mediante estrategias diversas que implican la creatividad y la colaboración como elementos de suma relevancia. Entendiendo, quizá, que hoy en día las formas de comunicación provienen de distintos orígenes y que la innovación juega un papel determinante, ya que el universo digital aparece como parte fundamental de la vida cotidiana de la mayoría de las personas.

De manera que las distintas manifestaciones de la Ola Coreana, vistas como productos culturales derivados de una gran industria cultural, “generan formas de percepción y son parte de un proceso de construcción de significados” (Guillén, 2013, p. 18). Además, tienen la capacidad de conformar o configurar –modelar–, dar forma –moldear– y cambiar –modificar– percepciones y conductas de los individuos que los consumen, pero no solo de ellos, pues todos los actores involucrados en los procesos de producción, diseño, circulación y distribución de la industria –*Hallyu*– desempeñan un papel de

suma trascendencia (Díaz, 2020 en Alpízar, 2020). Un punto medular resultante de las industrias culturales descansa en las estrategias de significación de las manifestaciones culturales y el deseo que estas producen en los *fans*, en este caso. Esta idea se aproxima velozmente a la percepción del consumo que sostiene García Canclini y que es un ejercicio vital para la continuidad de la Ola Coreana. De acuerdo con el antropólogo y filósofo argentino, es prudente entender el estudio del consumo más allá de su dimensión económica, y percibirlo como:

el conocimiento de las operaciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes. Siguiendo con Michel de Certeau: cómo los consumidores mezclan las estrategias de quienes fabrican y comercian los bienes, con las tácticas necesarias para adaptarlos a la vida cotidiana (García Canclini, 1999, p. 35).

Esta idea de consumo le brinda la posibilidad a esta propuesta de observar las relaciones de comunicación, y por ende de integración, colaboración y hasta de diferenciación que surgen entre las personas *-fans-* que componen las distintas audiencias que consumen manifestaciones culturales provenientes del *Hallyu*, tal cual se pudo apreciar en los ejemplos del *fangagement*.

Si bien es una tarea pendiente ahondar en el contenido de estos significados y la interpretación que se hace de ellos –cuestión sumamente interesante dado que las manifestaciones de la Ola Coreana intentan poner a la vista y acentuar los puntos e ideales más favorables y valorados de la sociedad y la cultura coreana– por parte de los *fans*, parece suficiente por ahora mostrar los ejemplos antes descritos para dar un recorrido por el viaje que han hecho los productos culturales coreanos más allá del continente asiático.

Como se observó a lo largo de este texto, la revolución digital está ocasionando una serie de cambios continuos y hasta trascendentales en la disminución de los costos en procesos de creación, producción, promoción y distribución en distintos campos, dentro de los cuales se encuentra el de la cultura, cuestión evidente en el caso de la Ola Coreana. La parte más importante de la industria creativa digital *Hallyu* radica en las nuevas técnicas empleadas para difundir mensajes a mayor escala,<sup>9</sup> pues la evolución de las redes sociodigitales y su influencia en el ámbito de los productos y las manifestaciones culturales que en un principio se presentaban solo en ámbitos locales, ha permitido que los fanáticos de todo el mundo, incluidos los de América Latina, accedan en gran medida a las redes sociodigitales para desde ahí disfrutar de los *K-dramas*, del *K-pop*, de películas y de ‘creadores de contenido’ que les muestran productos de belleza y cuidado personal, la gastronomía y otra serie de manifestaciones culturales provenientes de Corea del Sur (Lee & Nornes, 2015; Jin, 2016; Dal Yong & Tae-Jin, 2017), dejando claro que una de las principales funciones –si no es la principal– de los productos culturales de ahora es la de entretener. Pese a que las audiencias reunidas alrededor del *Hallyu* no siempre son homogéneas, existe una gran gama de grupos de *fans* o *fandoms* que se organizan y trabajan comprometidamente en favor de sus propias causas, reproduciendo globalmente –quizá de forma inconsciente– la cultura dominante de la Ola Coreana a través de las distintas estrategias –caracterizadas por la creatividad y la colaboración– que estos *fandoms* aplican y que en el fondo, persiguen un mismo fin: continuar trabajando conjunta y comprometidamente en favor de una de las manifestaciones más redituables y mejor posicionadas del *Hallyu* que ha trascendido fronteras: el *K-pop*.

<sup>9</sup> El fundador y productor de *SM Entertainment*, Lee, Soo-Man, consciente de esta situación, definió la estrategia de difusión utilizada por su empresa como “tecnología cultural” (The Korean Wave, 2011, p. 70; Gunjoo Jang y Won K. Paik, 2012, p. 199)

## Referencias

- Alpizar, R. (2020). *La industria cultural pornográfica digital: Los modelos de cámara web del sitio My Free Cams.com*. Tesina de maestría, UAM Iztapalapa: México.
- Anguita, C. (14 de junio de 2020). "BANGBANGCON: The Live, BTS sorprende a sus fans con un concierto online". Recuperado de [https://thehallofstars.com/2020/06/14/bangbangcon-the-live-bts-sorprende-a-sus-fans-con-un-concierto-online/]
- Arriolas, C. & Réquiz, V. (2019). "Devorando el Hallyu: Desarrollo, hibridación y canibalismo latinoamericano". *Revista Mundo Asia Pacífico*. vol. 8. no. 14.
- Benjamin, W. [1935]. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Editorial Itaca.
- Bijker, W. E., Hughes, T. P., & Pinch, T. J. (Eds.). (1987). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. The MIT Press: Cambridge, Massachusetts.
- Creative Industries Council. (2014). *Create UK. Creative Industries Strategy*, Opal Print, Reino Unido, [en línea https://bit.ly/1mOg4MQ]
- Cremayer, L. (2020). *De los Mass Media a los K-Media del Hallyu*. Trabajo presentado en el seminario permanente "Japón y los imaginarios transculturales: Asia, diálogos y resonancias en la globalidad".
- Díaz Cruz, R. & Roque de Castro, R. (2014). "Reflexiones sobre la construcción del ecosistema doméstico de la tecnología Modalidades de apropiación de las TIC desde la desigualdad". *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 34, UAM: México.
- Doobo, S. (2006). "Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia". *SAGE Journals*, 1, 25-44.
- "El concierto en línea 'Beyond LIVE' de Super Junior termina con éxito con cerca de 123.000 espectadores de todo el mundo". (1 de junio de 2020). *Agencia de Noticias Yonhap*. Recuperado de [https://sp.yna.co.kr/view/ASP20200601001900883?fbclid=IwAR3hNQxKWQgBJ7dZIGxOUdprfjPqcUFuhmftJOqse9x80IA6\_LcerTBFFY]
- "Expondrán la cultura detrás del K-pop en museo de la CdMx". (9 de enero de 2020), en *Notimex*. Recuperado de [https://www.milenio.com/cultura/K-pop-expondran-cultura-coreana-museo-cdmx]
- García Canclini, N. (1987). *Políticas culturales en América Latina*. México-Barcelona-Buenos Aires: Cultura y Sociedad Colección Enlace.
- \_\_\_\_\_. (1999). "El consumo cultural: una propuesta teórica", en: Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina* (pp. 26-49). Colombia: Convenio Andrés Bello.
- \_\_\_\_\_. (2002). "Las industrias Culturales y el Desarrollo de los países americanos", en *Revista Interamericana de Bibliografía*.
- Guevara, A. (6 de diciembre de 2019). "iBTS POP-UP: House Of BTS llega a la Ciudad de México!" en *K-magazine*. Recuperado de [https://www.k-magazinemx.com/bts-pop-up-house-of-bts-llega-a-la-ciudad-de-mexico/]
- Guillén, H. (2013). *Desnudando al porno. Controversias en torno a la comercialización del sexo a través del proceso de producción de pornografía amateur: la Editorial Matlarock en México*. Tesis doctoral en Ciencias Antropológicas UAM Iztapalapa: México.
- Gutiérrez, B. (2006). "The Korean Wave Hallyu", *The Seattle Times*.
- "House of BTS fue un rotundo éxito en la Ciudad de México ¡Felicidades ARMY!". (13 de diciembre de 2019), en *La Verdad*. Recuperado de [https://laverdadnoticias.com/espectaculos/House-of-BTS-fue-un-rotundo-exito-en-la-Ciudad-de-Mexico-Felicidades-ARMY-20191213-0255.html]
- "Inauguran la Pop-Up House de BTS en Plaza Carso". (16 de diciembre de 2019), en *Publimetro*. Recuperado de [https://www.publimetro.com.mx/mx/noticias/2019/12/16/publirreportaje-inauguran-la-pop-up-house-bts-en-plaza-carso.html]
- Jang, G. & Paik, Won K. (2012). "Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy". *Scientific Research*, 3, 196-202. DOI: 10.4236/aasoci.2012.23026
- Jin, Dal Yong, & Yoon, Tae-Jin. (2017). "The Korean Wave: Retrospect and Prospect". *International Journal of Communication*, 11, 2241-2249.
- Jorquera, C. (2016). "La era de la K-Diplomacy: El Hallyu como estrategia clave del softpower coreano y su alcance en América Latina", *Policy Briefs*, Chile.
- Juárez Postigo, L.; Blasco López M<sup>a</sup> F. & Blázquez Jiménez J. A. (2015). "La marca país como factor clave del turismo: revisión de las escalas de medición". *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 19, diciembre 2015. ISSN: 1988-5261 [en línea http://www.eumed.net/rev/turydes/19/marca-pais.html]
- Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*, CEPAL, CAF, Fundación Telefónica.
- Kim, Bok-rae. (2015). "Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)". *American International Journal of Contemporary Research*, 5, 154-160.
- \_\_\_\_\_. (2018). "History of Korean Popular Culture: From Its Embryonic Stage to Hallyu (Korean Cultural Wave)", *American International Journal of Contemporary Research*, 4, 13-26. doi: 10.30845/aijcr.v8n4p2

- Korean Culture and Information Service. (2011). "The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon". *Contemporary Korea No. 1*. Seoul.
- "Las telenovelas coreanas comienzan a atraer a un gran público". (1 de julio de 2012), en *Expansión*. Recuperado de [<https://expansion.mx/entretenimiento/2012/07/01/las-telenovelas-coreanas-comienzan-a-atraer-a-un-gran-publico>]
- Lee, D. (2003). *Why is Winter Sonata a Big Hit in Asia?* Koreafilm.org. Recuperado de [<http://www.koreanfilm.org/tvdramas/wintersonata.html>]
- Lee, B. (2019). "All Eyes On Seoul: A Study of The Korean Wave", *Publication Version One*. Independent/Freelance Journalist, 3-26.
- Lee, J. (2010). *Winter Sonata Dreams: The Influence of the Korean Wave on Japanese Society*. Florida State University.
- Lee, Sue Jin. (2011). "The Korean Wave: The Seoul of Asia". *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 1, 85-93.
- Mejía, P.F. (2015). *Análisis del poder blando en China*. Tesis de maestría. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador.
- Mérida, J. (2015). "Venden dramas bonitos y baratos" en *El Universal.mx*. Recuperado de <https://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2015/impreso/venden-dramas-bonitos-y-baratos-136097.html>
- Molnar, V. (2013). "La ola K-pop rompe en Latinoamérica. No son chinos, son C-O-R-E-A-N-O-S". *Revista Replicante*, México [en línea <https://revistareplicante.com/la-ola-k-pop-rompe-en-latinoamerica/>].
- Morley, D. (2008). *Medios, modernidad y tecnología: la geografía de lo nuevo*. Gedisa.
- Neves, M. (9 de agosto de 2018) Conferencia sobre *Hallyu*, Centro Cultural Coreano en la Ciudad de México [audio]. Recuperado en archivo de audio propio.
- *¿Qué es y cómo se construye una marca país en Latinoamérica? (s.f.)*. CEUPE magazine. Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-y-como-se-construye-una-marca-pais-en-latinoamerica.html>
- Santos, M. J. (1994). "Un análisis social de la innovación tecnológica: conflicto y significados en una empresa innovadora". *Estudios Sociológicos*, vol. 12 no. 35, 399-419. México: El Colegio de México. ISSN-e 0185-4186
- Secretaría de Cultura. (2018). *Mapa de ruta de industrias creativas digitales*, (Primera edición).
- "Super Junior ya está en México". (27 de abril de 2018), en *La Verdad*. Recuperado de [<https://laverdadnoticias.com/espectaculos/K-pop-SUPER-JUNIOR-ya-esta-en-Mexico-20180427-0096.html>]
- Thomas, H. (2008). "Estructuras cerradas vs. Procesos dinámicos: trayectorias y estilos de innovación y cambio tecnológico". en Hernán Thomas & Alfonso Buch, (coords.): *Actos, actores y artefactos* (pp. 217-290). Sociología de la tecnología, Bernal: Universidad de Quilmes.
- Thompson (1998) J. B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós
- Turriza, M. (2019). "El imperio de la cultura fan. El juez del entretenimiento", en *Siglo Nuevo*. Recuperado de <https://siglonuevo.mx/nota/1795.el-imperio-de-la-cultura-fan>
- UNESCO. (2009). "Políticas para la creatividad", en *Expresiones culturales*. Recuperado de [unesco.org](http://unesco.org)
- Urteaga, M. (2012). "De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empresarios culturales". En Néstor García Canclini; Francisco Cruces y Maritza Urteaga, (coords.): *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 26-44). México: Ariel.
- Uscanga, C. (2014). "Iniciativas de cooperación cultural de Korea Foundation en México 1994-2014", en *Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM*, (127) 151-165.
- Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*, México: Alfaguara
- Vidal, L. A. (2014). *Pop Power: Diplomacia Pop para una Sociedad Global*, Perú.
- Winner, L. (2004). "Internet y los sueños de una renovación democrática". *Nómadas*, no. 21, 55-71. Universidad Central de Colombia.
- " 'Winter Sonata' sequel to start shooting later this year". (14 de abril de 2015), en The Korea Observer. Recuperado de [<http://www.koreaobserver.com/bae-yong-joon-to-make-winter-sonata-sequel-later-this-year-28003/>]

**ACTUALIDAD ASIA 2021-1**



# PARTE II Actualidad de Asia

**PART II Asia Today**

## ACTUALIDAD EN ASIA 2021-1



S-F / Shutterstock.com

# El mercado del aguacate Hass en Japón: Retos para los exportadores colombianos

## The Hass Avocado Market in Japan: Challenges for Colombian Exporters



**María Camila Guerra Correa**  
Universidad EAFIT  
[mguerra@eafit.edu.co](mailto:mguerra@eafit.edu.co)

**María del Mar Chacón Molina**  
Universidad EAFIT  
[mchacon3@eafit.edu.co](mailto:mchacon3@eafit.edu.co)

**Santiago Jaramillo Jaramillo**  
Universidad EAFIT  
[santijara1@hotmail.ca](mailto:santijara1@hotmail.ca)

### Resumen:

El presente artículo ilustra la admisibilidad del aguacate Hass colombiano en el mercado japonés, cuáles son esos desafíos en los aspectos de producción y comercialización del fruto en Colombia, los retos en el desarrollo de un empaque innovador, que permita la preservación del aguacate Hass y por ende lograr una efectiva comercialización en los mercados internacionales, así como también en la realización de un seguimiento eficiente al cultivo con el fin de evitar la propagación de las plagas cuarentenarias, estrictamente reguladas por Japón, para evitar daños dentro de su territorio. Por último, la importancia del rol por parte de las instituciones gubernamentales y cooperativas de aguacateros de Colombia en brindar apoyo y capacitación a los productores para el óptimo cumplimiento de la oferta exportadora en el exterior y las oportunidades en nuevas plazas, como es el caso del mercado japonés.

## Palabras clave

Aguacate Hass, protocolo de admisibilidad, exportadores colombianos de aguacate Hass, mercado japonés, Ministerio de Agricultura, silvicultura y pescadería de Japón, Instituto Colombiano Agropecuario.

## Abstract:

This article illustrates the admissibility of the Colombian Hass avocado in the Japanese market: The challenges of the fruit at the production and commercialization level in Colombia, the challenges in developing an innovative packaging that allows preserving the Hass avocado and, therefore, achieving effective commercialization in international markets, as well as the challenges in carrying out efficient monitoring of the crop in order to avoid the spread of quarantine pests, strictly regulated by Japan, to avoid damage within its territory. Finally, it also demonstrates the importance of the role of government institutions and avocado cooperatives in Colombia in providing support and training to producers for the optimal fulfillment of exports and opportunities in new markets, such as the Japanese market.

## Keywords:

Hass avocado; Admissibility protocol; Colombian Hass avocado exporters; Japanese market; Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan; Colombian Agricultural Institute.

## Introducción

En los últimos años dentro del mercado internacional de productos agrícolas se ha venido observando un importante interés alrededor de productos de gran valor agregado lo que genera una oportunidad importante para diversificar la oferta exportadora de Colombia, en particular el cacao y el aguacate. En el caso de este último se ha visto una considerable expansión de la variedad Hass por su tamaño pequeño, tiempo de maduración y cualidades, considerándolo como un superalimento por sus diversos atributos nutritivos y sensoriales, especialmente los relacionados con el alto contenido de aceite, así como la presencia de vitaminas A, B1, B2, B6, C, D, E, K, ácido fólico y biotina.

A partir de estas consideraciones, desde el semillero de estudios sobre Asia Pacífico de la Universidad EAFIT, se buscó llevar a cabo un proyecto de investigación centrado en determinar el potencial del aguacate Hass, principalmente en los mercados de Corea del Sur y de Japón, así como también del potencial del cacao dentro de los mismos mercados; este primero liderado por Valentina Peláez y Diego Núñez, el cual ha sido presentado en diferentes ferias y encuentros de semilleros, tales como la feria de semilleros de la universidad en el 2019 y en el encuentro regional de Semilleros en Valledupar durante el mismo año.

No obstante, a partir de la aprobación del protocolo de admisibilidad del aguacate Hass colombiano en Japón en el mes de julio del año 2019, surge la iniciativa de la creación de un subproyecto para avanzar en este aspecto.

El presente artículo tiene como objetivo asegurar el cumplimiento de la normatividad para garantizar continuidad en las exportaciones de aguacate Hass hacia Japón. Adicionalmente procura identificar la evolución de AH colombiano en Colombia y el desempeño en los principales mercados de exportación. Por otro lado, describir las medidas necesarias para preservar el acceso al mercado japonés tanto en el papel de productor individual como en el plano de país. Por último, formular posibles soluciones que faciliten no solo

el cumplimiento de estándares pactados dentro del protocolo, sino también soluciones que aporten valor agregado al producto.



## Contexto del aguacate Hass colombiano en Japón

La admisibilidad del aguacate Hass colombiano en el mercado japonés marca un periodo de gran importancia para la consolidación de Colombia en la economía global, como productor y comercializador del fruto. Existen diferentes motivos que hacen de este caso uno especialmente importante de analizar.

En primer lugar, desde una perspectiva nacional, refiriéndose a una economía en constante cambio y progreso, que pasó de una época proteccionista, en la década de los ochenta, en donde existía la capacidad de sustituir las importaciones por productos locales; hacia un cambio institucional de las reformas económicas de mercado y su apertura en los años noventa, generando alianzas estratégicas con mercados internacionales.

En segundo lugar, la firma del tratado de paz con las FARC generó un impacto de crecimiento económico en el país y un efecto positivo dentro de la sociedad, especialmente en aquellas zonas afectadas y aisladas por el conflicto armado. La estrategia de desarrollo rural con la erradicación de los cultivos ilícitos por productos tales como el cacao y el aguacate, han brindado esperanza y una alternativa para mejorar las condiciones de vida en los territorios del postconflicto, logrando así la participación en una economía legal. Adicionalmente, impulsó la atracción de inversión extranjera directa y el apoyo en el desarrollo de talleres educativos y asistencia técnica en proyectos productivos.

Por último, la coyuntura de una crisis sanitaria a causa de una pandemia mundial ha hecho que los países cambien su estrategia económica y social para proteger y mantener sus economías. En el caso colombiano, durante la época de pandemia y aprovechando la admisibilidad de este fruto hacia el mercado japonés, hubo continuidad del compromiso y el trabajo para satisfacer la demanda japonesa.

Colombia se ha caracterizado por su visión internacional y la búsqueda de consolidación de tratados comerciales internacionales que impulsen los productos y servicios nacionales, en la búsqueda de competir y penetrar nuevos mercados. Por otro lado, desde una perspectiva internacional, se puede observar el desarrollo en infraestructura, tecnología y capacidad de gestión de otros países para convertirse hoy en grandes comercializadores de aguacate Hass en el mundo. México se posiciona como el primer exportador en la actualidad, esto lo legitima como un caso de referencia para el desarrollo de esta investigación.

El presente estudio de caso se elaborará con la información obtenida por fuentes primarias y secundarias disponibles hasta la fecha. Entre las fuentes primarias están las entrevistas realizadas a los gerentes o representantes de las compañías productoras de aguacate Hass en Colombia, y que hayan sido protagonistas de las primeras exportaciones de este producto hacia el país nipón, con el fin de obtener información sobre la experiencia del ingreso a este nuevo mercado y aquellas regulaciones fitosanitarias que deben mantenerse para preservar el acceso.

Las fuentes secundarias se componen de diferentes artículos e informes académicos conjuntamente realizados en el campo de los negocios internacionales y del comercio exterior, así como también el análisis del protocolo de acceso del aguacate Hass colombiano al mercado japonés, elaborado por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y El Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pescadería de Japón (MAFF), contribuyendo así en la elaboración del caso y sus notas pedagógicas.

Los principales productores de aguacate Hass en el mundo se encuentran en Centroamérica y Suramérica, poniendo a nuestros vecinos como principales competidores. Por un lado, llevan una larga trayectoria exportando el fruto hacia los mercados internacionales. Además, como es el caso de México, Perú y Chile que mantienen un acuerdo de integración económica con el país nipón, los pone en una posición de mayor favorabilidad en comparación con el caso de Colombia. Sin embargo, este país a pesar de no contar con un acuerdo de integración económica con Japón, se firmó, después arduas negociaciones, el protocolo de admisibilidad de la exportación de aguacate Hass colombiano a Japón, liderado por el Instituto Colombiano Agropecuario y el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón.

El día 13 de noviembre de 2019 se llevó a cabo la reunión de cierre del protocolo con la que se reiteró la apertura oficial del mercado de Japón a las exportaciones de aguacate Hass procedentes de Colombia. Esta nueva apertura representa una oportunidad, a la vez que un gran reto para los productores de aguacate Hass en Colombia y para el cumplimiento de los compromisos firmados dentro del protocolo. La participación por parte del ICA es clave en el apoyo, seguimiento y monitoreo que se debe realizar durante el proceso de cultivo, control de plagas y empaque del fruto para finalmente ser exportado a Japón.

Actualmente Japón es la tercera economía más grande del mundo y es el quinto importador mundial de diversos productos, como es el caso de los aceites crudos de petróleo y distintos minerales, según datos de la Organización Mundial del Comercio. Al final de la Segunda Guerra Mundial, la economía de Japón se había deteriorado. No obstante, luego de iniciado el periodo de reconstrucción del país, Japón emprendió un proceso de crecimiento económico hasta llegar a principios de la década de 1970 a la cumbre del crecimiento. Este suceso de un alto nivel de desarrollo se le conoce en la literatura como “el milagro económico de Japón”.

Hoy en día a pesar de su lento crecimiento económico, en los últimos veinte años es una de las grandes potencias de la economía mundial. A lo largo del tiempo el consumidor japonés ha ido también evolucionando, convirtiéndose en uno de los mercados más exigentes del mundo en términos de protección fitosanitario del país y la conciencia del consumismo. Japón cuenta con un mercado de alto poder adquisitivo, maduro y con mucha competencia internacional. El consumidor japonés también tiene un alto valor de compra; son bastante exigentes en términos de calidad y posee una alta confianza en las empresas japonesas que les proveen productos y servicios, ya sean a nivel local o importados. En cuanto a la producción agropecuaria, el mercado japonés no satisface la demanda interna por completo, por lo que requiere la importación de frutas y vegetales en grandes proporciones.

Una de las muchas características y de las últimas tendencias del consumidor japonés es en términos de bienestar y cuidado, dado que el público quiere cada vez más productos vinculados con la salud, con menor contenido de grasas y orientados a la prevención de enfermedades; por otro lado, la importancia de la apariencia, el hecho de que la mayor parte de las compras en Japón no sean planificadas lleva a que los canales de distribución japoneses dediquen grandes esfuerzos a la presentación de sus productos.

La apariencia de los alimentos es un elemento clave en la decisión de compra. Los productos frescos son también exigidos por los consumidores, por lo que los supermercados reponen hasta cuatros veces al día su surtido de alimentos en función de los momentos de consumo diario. La conveniencia y la comida lista para comer es un área de fuerte crecimiento en Japón, que llega a representar el 20% de la venta de alimentos en algunos de los distribuidores más relevantes. Los supermercados dedican grandes espacios para la venta de bentos (bandejas de comidas preparadas listas para el consumo), congelados, refrigerados y frescos a temperatura ambiente que tienen especial éxito entre los jóvenes de 20 a 30 años que viven solos y no cocinan, y para los trabajadores de la ciudad, que no suelen contar con el tiempo para cocinar, entre otras tendencias del consumidor japonés.

El aguacate es un fruto que se cultiva predominantemente en América Central y Suramérica, ingresa al mercado japonés desde los años ochenta proveniente de México. El consumo mundial del aguacate Hass crece alrededor del 3% en el mundo (ProColombia 2019), lo que refleja una ventana de oportunidades para nuevos jugadores como Colombia en el mercado internacional. Este impresionante crecimiento se debe, principalmente, a la actual tendencia al cuidado de la salud y el bienestar por parte de los consumidores japoneses, quienes, cada vez más, muestran preocupación por el impacto que tienen los alimentos en su salud y belleza. El aguacate es tendencia en Japón y goza de gran popularidad entre las mujeres jóvenes. El mercado de aguacate fresco en Japón depende únicamente de la importación. La producción local de este fruto es insignificante en comparación a los grandes volúmenes de importación.

Los principales destinos de las ventas de aguacate Hass de Colombia van dirigidas principalmente a Países Bajos, Reino Unido, España, Bélgica, Estados Unidos, Arabia Saudita, Francia, entre otros. Sin embargo, tras años de largas negociaciones para firmar y poner en vigencia el protocolo fitosanitario para la admisibilidad del aguacate Hass colombiano en Japón, finalmente en el año 2019 se dio la primera exportación de este producto colombiano hacia el país de Nipón. El 15 de noviembre de 2019, se despacharon del puerto de Buenaventura, Valle del Cauca 18,3 toneladas del producto hacia el puerto de Yokohama (Japón), "Estas toneladas exportadas a Japón suman a las 34.135 toneladas exportadas a 17 países durante 2019" recalco el Ministro de Agricultura, Andrés Valencia (RCN radio 2019).

El país asiático es un mercado que ha importado de esta fruta alrededor de 211,5 millones USD en los últimos años y tiene como proveedor principal México; sin embargo, Chile, Perú, Estados Unidos y Nueva Zelanda son también importantes proveedores de aguacate Hass hacia Japón. En términos generales, el volumen de importación de aguacate ha ido en aumento, reflejando un mayor consumo en Japón.

La mayoría de los aguacates se importan por vía marítima, principalmente por los puertos de Tokio y Yokohama. Alrededor del 70% de las frutas, y hortalizas frescas ingresan por Tokio, Kobe, Yokohama, Kawasaki y Osaka. Japón se basa en el transporte marítimo para mover la mayoría de los bienes esenciales destinados a la vida cotidiana de sus habitantes. El 99,7% de todos los bienes involucrados en el comercio exterior pasa a través de los puertos de Japón.

**Tabla 1. Principales proveedores de aguacate Hass hacia Japón. (Toneladas anuales)**

País	2017	2018	2019	2020
México	56,12	65,46	70,78	68,51
Perú	3,37	5,17	4,48	8,36
Estados Unidos	540	2,85	849	2,47
Colombia	0	0	18	213
Chile	118	99	593	0
Nueva Zelanda	490	504	18	0

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de TradeMap (2021)

**Tabla 2. Principales productores de aguacate Hass en el mundo. (Toneladas anuales)**

País	2017	2018	2019	2020
México	897,8	1,091,936	1,152,977	1,158,8
Perú	247,4	359,4	312,1	410,7
Chile	193,3	144,4	157,0	105,9
Estados Unidos	50,9	68,5	59,4	67,0
Sudáfrica	43,5	89,3	47,9	47,3
República Dominicana	35,4	36,1	45,0	48,5
Colombia	28,5	30,0	44,6	77,1

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de TradeMap (2021)

El principal productor de aguacate Hass en el mundo es México y es también el líder mundial de las exportaciones del fruto hacia Japón. No obstante, Colombia se ha ido posicionando poco a poco dentro del mercado mundial con ventajas competitivas que diferencian el fruto con el de nuestros principales competidores vecinos. Sin embargo, teniendo en cuenta las diferentes zonas de producción, altitudes y variedades que dispone Colombia, representa entonces una ventaja competitiva que le permite producir aguacate de calidad durante todo el año, pero la variedad Hass se produce principalmente entre los meses de octubre y marzo, lo que coincide con las épocas de producción en México. A pesar de la alta competencia regional y a los esfuerzos de las instituciones locales, Colombia logró posicionarse en el ranking mundial de 2019 entre los cinco primeros países productores de aguacate Hass y el tercero en términos de área cosechada, alcanzando una participación del 6% del área mundial de este producto. En Colombia se producen alrededor de 148,43 toneladas de aguacate Hass, en las que participan alrededor de 13.000 productores. Según datos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, los departamentos de Tolima, Antioquia, Caldas, Santander, Bolívar, Cesar, Valle del Cauca y Quindío tienen una participación de 86% del total del área sembrada de aguacate Hass en el país.

Luego de que el 31 de julio de 2019 se obtuviera la admisibilidad fitosanitaria del aguacate Hass colombiano hacia Japón, se realizó finalmente la primera exportación el 7 de noviembre de 2019. Las zonas productoras fueron el Eje Cafetero y Valle del Cauca por parte de la empresa Cartama, líder en producción y exportación de aguacate Hass en Colombia, acompañada por ProColombia.

El compromiso para que la fruta llegara en buenas condiciones se dio, según resaltó la empresa Cartama, gracias al estricto protocolo, en donde exigían la aplicación de sustancias para prevenir enfermedades, filtros ab-

sorbedores de Etileno (gas natural de la maduración) en diferentes partes del contenedor, atmósfera modificada, mantenimiento a bajas temperaturas y cosechar la fruta con el adecuado porcentaje de materia seca (índice de madurez). Para este primer cargamento y debido a los grandes retos que implica el transporte de un fruto tan delicado hacia un país lejano y altamente exigente en sus protocolos fitosanitarios, la empresa Cartama implementó un proceso específico de cultivo y post cosecha, pues según las especificaciones del protocolo de admisibilidad a Japón, el aguacate Hass no puede tener presencia de químicos y/o sustancias como el Prochloraz, utilizado comúnmente para la preservación de este tipo de alimento.

Cartama contó también con el apoyo de Smurfit Kappa Colombia, firma que les brindó el conocimiento para el desarrollo de una solución de empaque innovadora que cumplió con las altas expectativas de desempeño y transmitió adecuadamente el mensaje de frescura y materiales de empaque sostenibles que son valorados por mercados como el japonés. Es importante resaltar que el empaque es 100% reciclable, biodegradable, proveniente de material renovable.

A pesar de la recesión económica mundial causada por la pandemia de la covid-19, el 24 de abril del 2020 partió rumbo a Japón un contenedor de aguacate Hass cultivado en el departamento de Risaralda. Motivo por el cual la embajada de Japón en Colombia se pronunció, resaltando los esfuerzos realizados y el gran trabajo en conjunto por parte de uno de los grandes conglomerados japoneses radicados en Colombia, Mitsui & Co. (Colombia) Ltda y Cartama, considerada como una de las empresas colombianas con mayor trayectoria comercializando el aguacate Hass en mercados internacionales. Una noticia motivadora para Colombia, ya que, a pesar de la coyuntura internacional el país continuó con el cumplimiento de su agenda exportadora.

Por otro lado, la empresa Westfalia Fruit Colombia (WFC) inició sus operaciones en el país en el año 2012. Su actividad principal está enfocada en la producción, empaque y venta de aguacate Hass para exportación, WFC es considerada como una de las empresas líderes del país. En el año 2019, la empresa inauguró su planta en Sonsón, Antioquia, lo que hoy en día es la instalación de clasificación y empaque más grande y avanzada de Colombia, y con ella Westfalia Fruit proyecta triplicar su capacidad instalada, lo que la impulsa también a abrirse paso hacia el mercado japonés. En enero de 2020 se exportaron 16 toneladas de aguacate Hass colombiano de Westfalia Fruit Colombia desde el puerto de Buenaventura y a principios de febrero llegaron a Yokohama Japón después de cumplir con los estrictos requisitos de control de plagas. WFC logró con éxito satisfacer la demanda de monitoreo y vigilancia intensivos de la fruta de alta calidad durante el proceso. Es importante resaltar el acompañamiento del Instituto Colombiano Agropecuario, que también colaboró en el monitoreo de los procesos en planta y cultivos, desde la primera visita del gobierno japonés a los huertos de la compañía hasta el embalaje y envío de las frutas.

Según Jorge Restrepo, director ejecutivo de Corpohass, cooperativa líder de productores y exportadores de aguacate Hass en Colombia, existen diferentes retos no solamente para los exportadores sino también para los pequeños, medianos y grandes productores del fruto y las instituciones como el ICA, que deben estar presentes en cada uno de los procesos. El principal reto es el monitoreo del cultivo y de las zonas buffer, aunque aclara que Japón no exige el monitoreo de estas zonas, solamente el control de su propio cultivo. Sin embargo, son exigentes en cuanto al control de las plagas cuarentenarias, las cuales son nocivas y dañinas para el fruto y el cultivo en general. Resalta también la importancia de que todos los productores grandes y pequeños entiendan la necesidad de mantener una homogeneidad en el seguimiento que se realiza al cultivo, para garantizar un control más eficiente,

ya que todos buscan un mismo objetivo: el cumplimiento de una oferta exportadora y garantizar una calidad en los mercados internacionales.

Corpohass destaca que la ventaja competitiva de Colombia en comparación con otros países productores como México, es el clima y las diferentes altitudes a las que Colombia logra producir la variedad Hass, el 70% de la producción de este fruto se encuentra en las zonas de altitudes entre los 1.500 y 2.600 m. s. n. m. Al igual que México, Colombia produce aguacates todo el año, pero en Colombia se puede encontrar en una misma planta frutos en diferentes etapas de maduración. En cuanto a calidad y sabor, el aguacate Hass colombiano y el aguacate Hass mexicano tienen grandes similitudes.

Por otro lado, Restrepo destaca el fuerte compromiso por parte del ICA en la organización de diferentes eventos y mesas fitosanitarias con el fin de instruir, guiar y brindar acompañamiento a los productores en su proceso de exportación del fruto hacia los mercados internacionales y lograr que se habiliten más predios y más hectáreas a través del uso de la diplomacia sanitaria. Ahora bien, Jorge Restrepo resalta una problemática institucional: un cultivo habilitado no significa que sea un cultivo apto para la exportación, para ello se necesita el registro por parte del ICA. Colombia cuenta con un alto número de cultivos habilitados, pero, no todos se encuentran avalados por la institución, lo que impide la exportación del fruto y pérdidas significativas para los productores.

Corpohass enfatiza que, a pesar de la emergencia sanitaria mundial ocasionada por la covid-19, la situación no ha sido un impedimento para el cumplimiento de los compromisos ya pactados de envío de contenedores hacia Japón y otros mercados internacionales. La emergencia sanitaria más que un desafío ha sido un periodo de nuevas oportunidades comerciales para el aguacate Hass colombiano.

Es importante mencionar el punto de vista de los importadores de aguacate Hass. Mitsui & Co, es uno de los conglomerados japoneses más grandes del mundo, dedican su actividad a la comercialización de diferentes productos entre ellos el aguacate Hass. Mitsui, fue una de las primeras empresas japonesas en abrir oficina en Colombia, con una trayectoria histórica de 64 años operando en el país. Mitsui & Co. (Colombia) Ltda, menciona la experiencia que tiene nuestro país en la exportación de este fruto especialmente hacia los mercados europeos, aun así, reconoce que el desconocimiento acerca de Japón y de los mercados asiáticos en general, al igual que la barrera idiomática y la localización geográfica hace que estos mercados sean menos atractivos ante los ojos de los productores y exportadores colombianos. A pesar de esto, el conglomerado japonés mantiene su posición de seguir contribuyendo al fortalecimiento del comercio y de las relaciones bilaterales entre Colombia y Japón, y en la transferencia de conocimiento y tecnología con el fin de atraer más productores y exportadores interesados en abrir mercado en Japón.

Mitsui tiene como objetivo dar a conocer la calidad y beneficios del aguacate Hass colombiano dentro del mercado japonés, también de que los japoneses se interesen por consumir este fruto. No obstante, reconoce y resalta la falta de entendimiento por parte de los productores colombianos acerca del comportamiento del precio en el mercado nipón, ya que ellos reconocen que la principal ventaja competitiva que tiene Colombia en comparación con otros países latinoamericanos y centroamericanos productores de la variedad Hass se encuentra en el precio, es importante que Colombia entienda el compartimiento y la volatilidad de los precios en Japón desde que sale el contenedor desde el puerto de Buenaventura hasta que llega a su destino en los principales puertos de ingreso en Japón. Durante la pandemia, los precios alcanzaron un pico máximo entre los meses de abril y junio, debido a la cuarentena obligatoria los japoneses aumentaron su consumo en casa, ya que

el aguacate es considerado como un alimento rico en vitaminas y una opción saludable para aumentar las defensas; sin embargo, los precios decayeron para el verano del 2020.

Por último, Mitsui reconoce la dificultad de la exportación de productos frescos hacia un mercado tan lejano, por lo que se espera lograr el desarrollo de nuevas tecnologías que permitan la comercialización de un producto final congelado. Japón se encuentra en una etapa de inversión, por ese motivo sería interesante que los productores colombianos realizaran un esfuerzo para la atracción de este tipo de inversión, con el objetivo de mostrar al mercado japonés la calidad de los frutos frescos colombianos, especialmente el del aguacate Hass.

## Certificación e inspección de los sitios autorizados para exportar

Este proceso exige una concienzuda preparación, puesto que la inspección debe hacerse previo al comienzo de operaciones o al comienzo de la temporada exportadora del productor. Aunque esta inspección y certificación recae principalmente en el ICA, al comienzo de esta temporada el MAFF enviará a su propio inspector, el cual visitará las instalaciones y revisará los primeros embarques de frutas de la temporada en coordinación con el ICA (ICA,2019).

Uno de los principales procesos bajo escrutinio en los sitios autorizados para exportar es el área de empaçado, debe contar con iluminación y mesas de inspección; además, ser capaz de prevenir la entrada de pestes cuarentenarias en los lotes a empacar. Por último, se debe garantizar que los frutos cosechados sean trasladados a las zonas de empaque dentro de las tres horas posteriores a su recolección y estos deben ser empacados en cajas nuevas. De igual manera, los muelles de carga deben estar dotados de un sistema hermético o un sistema de doble puerta.

**TABLA 3. Plantas empacadoras autorizadas por el ICA para el embalaje del aguacate Hass colombiano.**

Nombre de la planta empacadora	Código de registro en ICA	Departamento	Municipio
Asociación de productores de Aguacate Hass Colombia SAT-HASS COLOMBIA	EMP050003	Antioquia	El retiro
Westfalia Fruit Colombia S.A.S	EMP050004	Antioquia	Guarne
Hass Diamond Company S.A.S	EMP660001	Risaralda	Dosquebradas
Avofruit S.A.S.	EMP660010	Risaralda	Pereira
Pacific Fruits International S.A.S.	EMP760007	Valle del Cauca	Palmira
King Fruits Company S.A.S.	EMP760030	Valle del Cauca	Yumbo
Frutales Las Lajas S.A.	EMP760001	Valle del Cauca	Zarzal

Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario (2019)

## Prevención de la contaminación de los embarques con pestes cuarentenarias

Esta es una de las partes más enfáticas del documento, su propósito es prevenir la entrada de ciertas pestes hacia Japón, además del ingreso de alimentos dañados al mercado. El documento del ICA hace especial énfasis

en la mosca de la fruta y en la especie *Ceratitis capitata*. Esta mosca es particularmente dañina ya que pudre el fruto cuando la hembra lo utiliza como una especie de incubadora para sus huevos y sus generaciones pueden afectar sucesivamente el cultivo a través del año (Agrológica, s. f.).

El documento también señala "otras plagas reguladas por el MAFF": siete especies de plagas que de ser encontradas en un embarque pueden dar base legal para que el MAFF y el ICA apliquen las medidas indicadas en el documento (MAFF, 2013).

Estas son las plagas:

- Escamas armadas (*Abgrallaspis perseae* y *aguacatae*).
- Insecto manchador de fruta (*Amblypelta nitida*).
- Arrollador de hojas (*Amorbia emigratella*).
- Gusano meridional (*Spodoptera eridania*).
- Polilla barrenadora (*Stenomoma catenifer*).
- Saltamontes variegado (*Zonocerus variegatus*).

Estas plagas dejan daños visibles en el fruto y el árbol, y en algunos casos no solo pueden poner en riesgo el potencial exportador del sitio, sino también la propia supervivencia del cultivo.

## Prevención de la inclusión de frutas no certificadas o no aptas para la exportación

En aras de mantener la trazabilidad de las frutas exportadas, el protocolo establece que solo las frutas del lugar certificado de producción pueden estar en los embarques a exportar. Estas restricciones también están en contra de incluir en los embarques frutas caídas del árbol, aquellas que se encuentren en su etapa de maduración, que provengan de otros lugares certificados o no certificados, frutas que no pudieron ser incluidas antes de tres horas de la cosecha y otras variedades (ICA 2019). Además, estas deben estar en cajas o bandejas marcadas con el código del lugar certificado de producción, para facilitar su rastreo y deben incluir hora y fecha del inicio de la cosecha al igual que la hora y fecha del traslado a las cajas de empaque.

## Medidas aplicables para infracciones al protocolo

El documento establece que el ICA tiene que seleccionar aproximadamente 5% de las cajas de cada embarque para inspección visual de las frutas. Según el número de cajas el documento especifica un número de frutas que deben ser cortadas para ser inspeccionadas internamente (ICA 2019). Estas inspecciones buscan prevenir la contaminación del embarque con frutas no aptas o con la mosca de la fruta. Las medidas varían según los hallazgos de la inspección.

En el caso de moscas de la fruta las inspecciones de los lotes se suspenderán hasta que se determine si las moscas son *Ceratitis capitata* o no. En el primer caso se suspenderán inspecciones y emisiones de certificado a todas las frutas destinadas hacia Japón, hasta que haya un acuerdo sobre las medidas a tomar entre el MAFF y el ICA. En el segundo caso solo el lote comprometido no podrá ser enviado.

Si se determina que es alguna otra de las plagas se hará un informe de viabilidad acorde al tipo y etapa de la plaga en cuestión; sin embargo, si la plaga está viva el lote comprometido no puede enviarse. En el caso de frutas no aptas, simplemente se suspende al sitio certificado y se procede a realizar las pertinentes investigaciones y encontrar las razones detrás de la presencia de las frutas no aptas.



## Consumo de aguacate Hass en Japón

Las tradiciones y los valores de la cultura japonesa se ven altamente reflejados en sus alimentos, donde el sabor natural de los ingredientes y su frescura caracterizan la gastronomía como una de las más prestigiosas del mundo. Es así como el aguacate toma fuerza y empieza a marcar una tendencia en los platos japoneses por sus altos atributos nutritivos.

En el país nipón el aguacate es percibido como una verdura y es muy común verlo en entradas, ensaladas y platos principales. Cuando se presenta como entradas se sirve en rebanadas acompañadas de salsa de soya y *Wasabi* (山葵). En platos principales es común verlos en los *Sashimis* (刺身) acompañando mariscos o pescados crudos.

Asimismo, el aguacate presenta un mayor consumo en las zonas urbanas donde su accesibilidad es más alta. Se encuentran en supermercados, hipermercados y tiendas de frutas exclusivas, los principales impulsores de este producto son los jóvenes, puesto que tienen más información sobre los beneficios que el aguacate proporciona a su salud.

En los supermercados, hipermercados y tiendas exclusivas es recurrente ver el aguacate importado en presentaciones individuales por fruto, localizados en canastas sueltas donde los compradores pueden escoger el fruto que más les agrada. La mayoría tienen etiquetas que indican el país de origen, la variedad y en algunos casos el nombre de la empresa productora. Los aguacates de categoría premium se diferencian, porque los frutos están envueltos en fundas protectoras de polietileno para proteger el exterior y portan una etiqueta diferente que indica los puntos de madurez del fruto.

Los productores locales de alimentos deben contar con un certificado sanitario emitido por el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón, indicando que los frutos no hayan sido producidos en zonas afectadas por contaminación nuclear o provenientes de aquellas que se encuentren meramente cercanas. Estas medidas tomadas por el país nipón trazan la preocupación que viven los japoneses a la posibilidad de consumir alimentos contaminados con trazas de material radioactivo, tanto a un nivel factual como de percepción del público, y que bien se puede atribuir a la exposición que ha tenido el país a este tipo de sustancias.

## Precios

El aguacate se vende por unidad y en algunos casos en pequeñas mallas compuesta por 5 o 6 unidades, donde el precio de la malla se calcula sumando los valores unitarios de cada fruto y no por kilogramo, como comúnmente se conoce en los países latinoamericanos. Una unidad de aguacate fresco

puede costar entre 1 USD y 3 USD. Los precios varían según la variedad del aguacate y su calidad. La variedad Hass mexicana es considerada un producto *premium* y por tanto es común encontrarlo con los precios más altos y en las tiendas de frutas especializadas, o también a través de las fuentes *e-commerce* (ProChile, 2018).

## Canales de distribución

La distribución de los productos agrícolas en Japón se realiza a través de grandes compañías importadoras conocidas como empresas *trading*, en su mayoría, empresas productoras locales o importadoras especializadas. Estas se encargan de comercializar los productos agrícolas con los intermediarios mayoristas o minoristas antes de que lleguen a su consumidor final. Los supermercados, por ejemplo, son intermediarios mayoristas que representan alrededor de 80% de la venta de alimentos del país y están localizados principalmente en las grandes ciudades o zonas residenciales; los principales actores son Aeon Retail y Ito-Yocado (ProChile, 2016).

Fresh Del Monte y Dole son los principales importadores de aguacate en el país nipón e importan directamente de sus socios comerciales en diferentes países del mundo, usualmente los aguacates llegan a Japón vía marítima (Prochile, 2018).

Por otro lado, las tiendas de conveniencia son más accesibles y es común encontrarlas en trayectos pequeños del trabajo a sus casas. Así como las tiendas especializadas en frutas y verduras. Por último, la venta *e-commerce*, por televisión, catálogos o páginas web es muy frecuente en el país.

## El aguacate Hass mexicano

La principal ventaja comparativa que representa la producción de aguacates Hass en México con relación a sus competidores mundiales se encuentra relacionada con los tiempos de cosecha y los pisos térmicos. México produce aguacate Hass en altitudes entre 2.000 y 2.600 metros sobre el nivel del mar en los estados Michoacán, Jalisco y Nayarit, permitiendo así una producción durante todo el año. Por otro lado, la producción en Colombia se encuentra sujeta a la altitud y el clima donde se encuentre el cultivo. En los climas cálidos se producen “cosechas tempranas” durante los meses de octubre y enero, mientras que las “cosechas tardías” se producen en climas fríos entre diciembre y mayo. No obstante, los tiempos de cosechas tempranas y tardías varían dependiendo del departamento donde se ubique el cultivo, generando una ausencia de producción en los meses de junio y agosto.

**Tabla 3. Principales Municipios productores de aguacate Hass en Colombia**

Zonas	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Oriente - Antioquia												
Norte - Tolima												
Eje Cafetero												
Suroeste												
Popayán												
Norte del Valle												

Fuente: ProColombia (2019)

Otra ventaja competitiva que representa México con relación a sus competidores son las hectáreas cultivadas; Michoacán cuenta con 150.000 hectáreas de aguacate Hass, Jalisco con 20.000 y Nayarit con 5.000. Colombia por su parte, presenta un cultivo de 62.000 hectáreas en los departamentos de Antioquia, Bolívar, Caldas, Cesar, Quindío, Santander, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca. Además de 11.000 localizadas en otros municipios, sumando un total de 73.000 hectáreas cultivadas de aguacate Hass.

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, el país representa una ventaja significativa: alrededor del 73% del área sembrada en el país se encuentra en edad productiva y el restante en etapa de desarrollo. Esto indica que la producción de aguacate Hass puede atravesar un incremento progresivo durante los próximos años (Minagricultura, 2019).



## Conclusiones

La firma del protocolo de admisibilidad del aguacate Hass colombiano hacia el mercado japonés representa una gran oportunidad para los productores colombianos que quieran abrir mercados en otras regiones, especialmente dentro de la región asiática. Sin embargo, es claro la gran responsabilidad que esto conlleva. Es importante el conocimiento acerca de estos mercados, así como también el entender el comportamiento del precio, el perfil del consumidor y los principales canales de distribución, que varían entre los países, con el fin de que la experiencia de la exportación de este fruto beneficie a ambas partes y promueva la comercialización entre los mismos.

Por último, vale aclarar que cada mercado, como son los casos de China, Corea y Japón, son mercados distintitos entre sí, ya que cada uno cuenta con sus propias regulaciones, por lo que Colombia maneja diferentes tratados y acuerdos con estas super potencias asiáticas. El acompañamiento de las cooperativas e instituciones como es el caso de Corpohass y el ICA es fundamental para habilitar nuevos predios y registros con el fin de ofrecer un producto de calidad a los compradores internacionales, brindar conocimiento de las oportunidades en el exterior, así como también resaltar la importancia del control fitosanitario y finalmente la promoción de trabajo en conjunto entre productores, comercializadores y exportadores.

Por otro lado, es importante destacar la participación y los esfuerzos por parte de las empresas colombianas comercializadoras de la variedad Hass en los mercados internacionales, en el cumplimiento de los protocolos fitosanitarios, los cuales buscan garantizar no solamente una protección en territorio extranjero sino también asegurar una homogeneidad en la producción de la variedad Hass en Colombia para responder de manera conjunta a las exigencias de los consumidores en el exterior.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Para la realización del presente estudio agradecemos la orientación brindada por parte de la profesora Adriana Roldán Pérez (Ph.D) de la Universidad EAFIT, así como también al personal docente y estudiantes

## Referencias:

- Asmar Soto, S. (2020, 27 enero). Exportaciones de aguacate Hass llegan a Japón, a pesar del contagio del covid-19. *Agronegocios*. <https://www.agronegocios.co/agricultura/exportaciones-de-aguacate-hass-llegan-a-japon-a-pesar-del-covid-19-2998266>
- Consejería Presidencial para la Estabilización y la Consolidación. (2018, abril). Sustitución de cultivos: Llegó la hora del cacao. Gobierno de Colombia, Portal Para la Paz. <http://www.posconflicto.gov.co/sala-prensa/noticias/2018/Paginas/20180418-sustitucion-de-cultivos-llego-la-hora-del-cacao.aspx>
- El Observatorio de la Complejidad Económica. (2021, febrero). Perfil de la economía de Japón. <https://oec.world/es/profile/country/jpn>. <https://oec.world/es/profile/country/jpn>
- *Información sobre Ceratitis capitata*. (s. f.). Agrológica. <https://www.agrologica.es/informacion-plaga/mosca-fruta-ceratitis-capitata/608a32a600e47/>
- ICA. (2019). *Requisitos Fitosanitarios para la exportación de frutos de aguacate Hass (Persea americana) Desde Colombia hacia Japón*.
- López Alonso, E. (2020, 22 enero). *Las 10 tendencias del consumo que triunfan en Japón y que imitaremos*. El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20200122/japon-tendencias-consumo-aecoc-7815695>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2019). *Cadena de aguacate: Indicadores e instrumentos*. <https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2019-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Ministerio De Comercio Exterior y Turismo de Perú. (2012). *Plan de Desarrollo de Mercado Japón*. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2025/PDM/Japon/06\\_02.html](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Japon/06_02.html)
- Ministerio de Industria y Comercio. (2019, 12 septiembre). <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/en-el-2019-exportaciones-de-aguacate-crecen-37-6>. Prensa Ministerio de Industria y Comercio. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/en-el-2019-exportaciones-de-aguacate-crecen-37-6>
- MAFF. (25 de Mayo de 2013). Summary of PRA results regarding designation of quarantine pests.
- Muñoz Isaza, S. (2018). Opportunities and Challenges for the Colombian Hass Avocado in Countries with Admissibility Processes in progress. 25.
- Myo, M. A., & Yoon, S. C. (2013). Traceability in a Food Supply Chain: Safety and Quality Perspectives . Food Control, 2.
- Oficina Comercial de Chile en Japón, ProChile. (2015). *Estudios de Canales de Distribución: Supermercados en Japón*. ProChile, Ministerio de Relaciones Exteriores. [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2016/04/Canal\\_Japon\\_Supermercados\\_2015.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2016/04/Canal_Japon_Supermercados_2015.pdf)
- Oficina Comercial de Chile en Japón, ProChile. (2017). *Estudio de Mercado Palta en Japón*. ProChile, Ministerio de Relaciones Exteriores. [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/pmp\\_palta\\_japon.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/pmp_palta_japon.pdf)
- Oportimes. (2020, 10 julio). *Exportaciones impulsan a Japón como la economía más diversificada*. <https://www.oportimes.com/exportaciones-japon-economia-mas-diversificada/>
- Peñuela, M. (2020, 3 junio). Colombia: El cuarto país exportador de aguacate en el mundo. *IALIMENTOS* <https://www.revistaialimentos.com/colombia-el-cuarto-pais-exportador-de-aguacate-en-el-mundo/>
- Portal Frutícola. (2020, 19 mayo). *Westfalia Fruit envía aguacates colombianos a Japón*. Portal FruitCola. <https://www.portalfruticola.com/noticias/2020/03/19/westfalia-fruit-envia-aguacates-colombianos-a-japon/#:~:text=Se%20export%C3%B3%20un%20contenedor%20con,al%20pa%C3%ADs%20dijo%20la%20compa%C3%B1a%20ADa.>
- ProColombia. (2019, 16 septiembre). *De acuerdo con el Dane y el análisis de ProColombia, a junio del presente año ese indicador llegó a US\$ 52,9 millones. Según la firma de investigación de mercados, Euromonitor, el consumo de aguacate aumenta anualmente 3% a nivel mundial*. PROCOLOMBIA NOTICIA. <https://procolombia.co/noticias/exportaciones-de-aguacate-crecen-376-con-relacion-2018#:~:text=Según%20la%20firma%20de%20investigación,anualmente%203%25%20a%20nivel%20mundial.>
- Procolombia. (2019, 7 noviembre). *Las 24 jornadas de viaje de los primeros aguacates colombianos en Japón*. Noticias ProColombia. <https://procolombia.co/noticias/las-24-jornadas-de-viaje-de-los-primeros-aguacates-colombianos-en-japon>
- RCN Radio Economía. (2019, 7 noviembre). Primera exportación de aguacate Hass a Japón, lista para salir. *RCN Radio*. <https://www.rcnradio.com/economia/primera-exportacion-de-aguacate-hass-japon-lista-para-salir>

## ACTUALIDAD EN ASIA 2021-1



# ¿Cómo el K-pop conquistó al mundo?

## How Did K-pop Take Over the World?

>>> **Juan Felipe Acosta Muñoz**  
Universidad EAFIT  
jfacostam@eafit.edu.co

### Resumen

En la actualidad el K-pop es un fenómeno global, presente en la vida de millones de personas alrededor del mundo. Más allá de un género musical, se plantea como una revolución cultural originada en Corea del Sur y que se ha extendido por el planeta, diseñada estratégicamente por el gobierno coreano para elevar al país y su cultura como figuras importantes en el escenario internacional. ¿Cómo ha logrado esto? La respuesta a este fenómeno integra una combinación de cambios políticos y tecnológicos, una industria competitiva, el control de los medios de comunicación y, en gran medida, el desarrollo del talento artístico bajo una fórmula única.

### Palabras Clave

K-pop; industria musical surcoreana, apoyo gubernamental, redes sociales, estrategias de internacionalización, cultura colectivista

## Abstract

Today K-pop has become a global phenomenon; present in the lives of millions of people around the world. Beyond being a musical genre, it is considered as a cultural revolution originating in South Korea that has spread to every corner of the planet, strategically designed by the Korean government to elevate the country and its culture as important figures on the international stage. How have they achieved this? The response to this phenomenon is due to a key combination of political and technological changes, a competitive industry, control of the media, and to a great extent the development of artistic talent under a unique formula.

## Keywords

K-pop; South Korean music industry; government support; social media; internationalization strategies; collectivist culture.

Noviembre 14 de 2017 en Los Ángeles, California. El grupo musical surcoreano BTS aterriza en el aeropuerto internacional LAX para presentarse en uno de los premios más prestigiosos de la música estadounidense, *American Music Awards*. A su llegada, cientos de fanáticos los recibieron de tal forma que paralizaron las operaciones del lugar. Varios noticieros y programas de televisión locales reportaron la situación: "Parecía que se trataba de la llegada de Los Beatles" comentó Ellen DeGeneres mientras entrevistaba a la banda en su programa (The Ellen Show, 2017).

Ese mismo año, en Nueva Jersey, decenas de miles de personas cantaron a todo pulmón sus canciones favoritas en un lenguaje que no hablaban en el festival KCON, una convención musical anual que trae desde Corea a los grupos y cantantes más populares del país para presentarlos en varios escenarios internacionales. En total, ese año el evento reunió más de 125.000 personas en Estados Unidos, mientras que en Japón, Francia, México, Australia y hasta los Emiratos Árabes sumaron otros 160.000 asistentes entre 2016 y 2017 (Rolling Stones, 2018).

Lo llaman *Hallyu*, el concepto que expresa cómo la cultura de Corea del Sur (Corea en adelante) ha crecido de tal forma que ha posicionado al país como una potencia cultural de gran influencia mundial (VOX, 2018). La denominada "Ola Coreana" se ha fortalecido de la mano de una gran variedad de elementos, que van desde las producciones televisivas, hasta la industria cosmética. Sin embargo, el crecimiento de este movimiento se atribuye en gran medida a la inmensa popularidad del *K-pop*, nombre adoptado a la música pop surcoreana (*Korean pop* en inglés).

Hoy en día, la industria musical pop coreana esta valorizada en miles de millones de dólares. De la mano de bandas que venden los boletos de estadios en cuestión de minutos, las exportaciones culturales de Corea han crecido a una escala sin precedentes. Con varios artistas ingresando constantemente a los primeros puestos de las tablas Billboard, todo parece indicar que la popularidad de este género no se irá a ninguna parte.

El *K-pop* se ha convertido en un fenómeno global, que ha logrado cautivar a millones de fans alrededor del mundo. La imagen de Corea ha pasado de ser aquel pequeño país amenazado por su vecino del norte, a una figura importante en el escenario internacional. Además de potencializar su imagen, este movimiento ha creado un efecto positivo en otras de las industrias coreanas, particularmente el turismo y la manufactura. Un estudio del Foro Económico Mundial asegura que por cada dólar invertido en *K-pop*, el país recibe de vuelta cinco dólares (World Economic Forum, 2018).

Todo lo anterior obtiene mayor interés al tener en cuenta que Corea se abrió al mundo y se democratizó hace apenas tres décadas, lo que moti-

va las siguientes preguntas: ¿Cómo Corea del Sur ha creado una industria tan exitosa? y ¿Cuáles han sido las estrategias utilizadas que le permitieron conquistar al mundo? Las respuestas desembocan en una historia de varios componentes, que incluye la combinación de cambios políticos y tecnológicos, grandes corporaciones, el control de los medios de comunicación y una importante suma de talento, aspectos que unidos fundaron las bases para la creación de una fórmula que logró expandirse a lo largo y ancho del planeta.



## Una revolución televisada

Pocas revoluciones musicales tienen una fecha de inicio o un registro audiovisual de ese primer momento. Lo que hace tan inusual al *K-pop* como género es que definitivamente tiene un comienzo claro: la presentación de Seo Taiji & Boys en un show de talentos en 1992. Para entender por qué fue tan revolucionaria esta actuación hay que remontarse cinco años atrás, con la reforma democrática del gobierno surcoreano.

Antes del establecimiento de la Sexta República, el país solo contaba con dos emisoras de radio que se utilizaban casi exclusivamente para promover las “canciones sanas” encargadas y promovidas por el gobierno (Posner, 2018). Todo esto fue impulsado por el dictador Park Chung-hee y continuó rigiendo el entorno audiovisual del país tras su asesinato, en 1979. Para un artista poder presentarse en los medios del país, su música debía ser patriótica o segura, apta para todo público. Un ejemplo de esto se puede ver al escuchar uno de los mayores éxitos de la década de los años 80: “*iAh! República de Corea*”. La canción es un himno patriótico disfrazado de una canción pop ochentera, con letras como: “Oh, oh, ¡Corea! Oh, oh, nuestro país, ¡te amaré por siempre!”. Debido a esto, la producción musical independiente no existía antes de la liberalización de los medios, la censura era bastante común para aquellos artistas que desafiaban las normas (VOX, 2018).

En este entorno surge una de las figuras principales del *K-pop*, Lee Soo Man. En los años 80, Man formó la banda *Lee Soo Man y 365 días*, la primera banda de *heavy metal* en Corea. No obstante, la censura del gobierno a los medios audiovisuales opacó su visión y tuvo que ser disuelta tan solo un año después. En consecuencia, se mudó a Estados Unidos para perseguir su otro sueño en el campo de la ingeniería; allí presenció la popularidad de artistas como Michael Jackson, Cyndi Lauper y Madonna. El éxito de ellos en la industria musical lo inspiró a crear una fórmula que serviría para evadir la censura del gobierno, compuesta por aquellos elementos que funcionaban en el mercado occidental: elaboradas coreografías y llamativos videos musicales (DareBD, 2019).

Como resultado de la censura, el gobierno no solo carecía de la habilidad para exportar su industria cultural, sino también de promover su imagen en el ámbito internacional. Sin embargo, una oportunidad crucial llegaría para cambiar esta situación, los Juegos Olímpicos de 1988. Tan solo un año antes el país había comenzado a disminuir progresivamente la censura en los medios (VOX, 2018). Esto se evidenció con la eliminación a las restricciones del flujo internacional de personas, movimiento necesario debido al papel de Corea como anfitrión. Así, los coreanos se inundaron de la influencia cultural extranjera, incluida la música. “La experimentación musical fue un reflejo de la libertad política, donde los artistas comenzaron a darse cuenta de que tenían que ser diferentes para capturar una audiencia”, dice K. Howard en su ensayo sobre la transformación de la música pop coreana (DareBD, 2019).

A partir de este suceso, los medios audiovisuales crecieron en popularidad. Las cadenas de televisión obtuvieron una penetración superior al 99% de los hogares surcoreanos en 1992, y los programas de talentos obtuvieron la mayor audiencia (VOX, 2018). De hecho, actualmente estos continúan teniendo un alto impacto cultural en la sociedad coreana y, debido a su importancia, se han convertido en un factor clave para el éxito de los nuevos grupos musicales en el país. Precisamente en uno de ellos donde comenzó esta revolución cultural.

“El debut televisivo de Seo Taiji & Boys el 11 de abril de 1992 fue el momento decisivo que demostró que el progreso cultural en Corea era posible” (Posner, 2018). El grupo se presentó en un show de talentos con su canción titulada “Lo sé”. En la presentación, los integrantes vestían pantalones anchos y bailaban en un estilo urbano, mientras rapeaban letras totalmente opuestas a los ideales culturales de la época. Fue por esto que los jueces del show decidieron darles el puntaje más bajo entre los concursantes de la noche. Sin embargo, la respuesta del público contradujo todo pronóstico.

“Lo sé” fue el primer intento de fusionar el estilo americano del pop con la cultura surcoreana, y fue todo un éxito. La canción inmediatamente llegó a la cima de los listados de música y permaneció en estos durante 17 semanas, un récord nunca antes visto en la industria del país (VOX, 2018). Seo Taiji & Boys fueron innovadores, reinventando todos los estereotipos, no solo musicales sino culturales. Tras su éxito, no demoraron en lanzar nuevas canciones, cuyos temas hablaban de las presiones sociales y la agonía juvenil de desafiar el sistema, impensables hace tan solo una década. Por ejemplo, en 1995 lanzaron su clásico “Vuelve a casa”, donde se escuchan letras como: “Mi furia hacia esta sociedad crece más y más, al final se convierte en asco” (Posner, 2018).

Desde su debut, Seo Taiji & Boys transformó por completo el paisaje cultural del país, convirtiendo su estilo musical en una nueva normalidad gracias a la mezcla innovadora de distintos géneros musicales como rap, hip-hop, rock, techno, punk e inclusive baladas. “Esencialmente tomaron lo mejor de la cultura occidental y lo adaptaron a una audiencia coreana” (DareBD, 2019).

En el auge de su éxito, la banda decidió desintegrarse en 1996. Varias fuentes argumentan que la agrupación quería despedirse en la cima de su popularidad para explotar el poder de su imagen (Posner, 2018). Sin embargo, su legado en el país fue enorme. Este estilo sentó las bases para una sociedad transformada, ansiosa de explorar un nuevo género que cada vez cautivaba más audiencia. El fin de Seo Taiji allanó el camino para que nuevos artistas, y en especial las grandes corporaciones, sacaran provecho de esta tendencia. La revolución musical y cultural había comenzado.

## La cara positiva de la crisis del 97

El vacío que dejó la disolución de la banda se cubrió casi inmediatamente por tres compañías musicales: SM Entertainment, JYP Entertainment y YG

Entertainment (VOX, 2018). Lo más particular de estas compañías son sus fundadores. En el caso de SM Entertainment, su fundador fue Lee Soo Man, el ex cantante de heavy metal de la década de 1980.

En 1995 retornó a Corea tras enterarse del éxito de Seo Taiji y se convirtió en el primer emprendedor musical del país. Tras años de perfeccionar una nueva fórmula basada en el éxito de los artistas occidentales, procedió a implementar un nuevo sistema de reclutamiento, entrenamiento y producción de estrellas pop. Man creía que la música se convertiría en el nuevo producto de exportación del país, y decidió vender la música como una “commodity cultural” (Posner, 2018). Las otras dos compañías replicarían la misma fórmula; de esta forma nació el nuevo sistema de creación y explotación de talento compuestos por “ídolos”.

Tras la disolución de Seo Taiji en 1996, nació el grupo H.O.T, de la mano de Man. SM Entertainment reunió a cinco cantantes y bailarines para potenciar su talento. Con rasgos similares a la banda predecesora, el nuevo grupo mezcló los rasgos del hip-hop para darle continuidad a este estilo y conseguir una aceptación abrumadora en la sociedad. De la misma forma, las otras compañías productoras lanzaron sus nuevos grupos tales como S.E.S, Baby V.O.X y G.O.D, los cuales servirían para agregarle elementos nuevos a la fórmula de Lee Soo Man (DareBD, 2019). El *K-pop* como motor de la industria musical en Corea se oficializó; la competencia en la industria sería cada vez mayor.

No obstante, el impulsor clave del éxito de esta industria vendría de la mano de un aliado inusual, la crisis del 97. Cuando la industria de la manufactura se vio sabotada a causa de la devaluación de la moneda surcoreana, el gobierno buscó sectores alternativos. El presidente en turno, Kim Dae-jung, fijó su atención en la industria del entretenimiento, donde el *K-pop* y las producciones televisivas ya comenzaban a generar una popularidad significativa en la sociedad (PolyMatter, 2019).

La idea de Lee Soo Man de considerar la industria cultural como un nuevo foco de exportación del país comenzó a popularizarse y el gobierno implementó varias políticas para hacer esto realidad. Con la aprobación del Acta de Promoción Cultural, en 1999, se determinó que al menos 1% del presupuesto nacional debía ser dirigido a promover la cultura, esto incrementó su financiación en 600% (Posner, 2018). Además, se creó el Ministerio de Cultura, con un departamento entero dedicado al *K-pop* (PolyMatter, 2019).

Estas acciones resultaron fundamentales para el desarrollo de la industria. A pesar de las consecuencias adversas que trajo la crisis del 97 para la economía, sus efectos en el desarrollo del *K-pop* como género fueron primordiales. El papel del gobierno en esta historia es fundamental debido a que, gracias a su apoyo, las grandes productoras lograron expandir su fórmula con rapidez. Así, la industria musical coreana, al igual que las otras que han sido favorecidas por el gobierno, lograron internacionalizarse de forma tan ambiciosa en pocas décadas.

## La fórmula *K-pop*, ¿qué la hace tan especial?

Lo que diferencia el *K-pop* de otros géneros musicales es que este es creado en función a las preferencias del consumidor. “Mientras que la mayoría de artistas comienzan en el garaje de sus padres, impulsados por una pasión por la música hasta ser descubiertos por una disquera, los grupos de *K-pop* son creados desde cero en la sala de conferencias de una gran compañía” (PolyMatter, 2019). Estas son las bases de la fórmula creada por Lee Soo Man, perfeccionada en conjunto con JYP y YG Entertainment, las cuales más allá de ser simples disqueras, son diseñadoras de un producto meticuloso, donde cada aspecto es moldeado para satisfacer a la sociedad de consumo.

El proceso de creación de un grupo de *K-pop* no es muy diferente a un proceso de producción manufacturera. Este se puede dividir en tres partes: reclutamiento, entrenamiento y ensamblaje. A pesar de ser uno de los aspectos más conocidos del género, este proceso de creación de grupos musicales no lo inventó el *K-pop*. Por ejemplo, en Estados Unidos la discografía Motown usó un sistema similar para crear grupos como The Supremes, o los Jackson Five (Posner, 2018). No obstante, el sistema utilizado en Corea es llevado a los extremos para crear esa estética pulida que caracteriza al género.

El reclutamiento se lleva a cabo a través de audiciones. Algunas compañías realizan su búsqueda por medio de shows de talentos televisado para generar una lealtad del público antes de su debut. El más conocido es SuperstarK, en el cual, en 2012, audicionó 4% de la población total de Corea (2'083.447 personas), demostrando la importancia de este movimiento en la vida cotidiana de la gente (PolyMatter, 2019).

Debido a que el proceso completo es largo y exigente, los interesados deben ser niños de 10 a 12 años. Aquellos seleccionados comenzarán su fase de entrenamiento, la cual toma en promedio 5 años, que no solo se encarga de perfeccionar sus habilidades de canto y danza, sino además de realizar un régimen riguroso de ejercicio, clases de lenguas extranjeras (generalmente inglés, japonés y mandarín) y la enseñanza de habilidades sociales como liderazgo y comportamiento; todo esto mientras asisten a sus clases académicas normales. "Un día cotidiano de un 'aprendiz' (*trainee* en inglés) consiste en levantarse a las 5 a. m., tomar clases de baile de 6 a 7 a. m., asistir al colegio de 8 a 3 de la tarde, ir a clases de canto hasta las 6, luego clases de idiomas hasta las 9 y finalizar con una rutina de ejercicio hasta las 11 de la noche, antes de que el tren de Seúl cierre sus puertas para regresar a sus casas" (PolyMatter, 2019).

A causa de esta exigencia, solamente 10% de los aprendices consigue terminar el entrenamiento. Los más talentosos serán "ensamblados" en un grupo y cumplirán un rol específico. En todo grupo, cada integrante tiene un título: el líder, el cantante, el rapero, el bailarín, etc. Pero a pesar de que son diferentes, todos deberán someterse a unas normas de comportamiento generales: "los ídolos deben ser amables y respetuosos, no pueden consumir alcohol o drogas ni participar en escándalos; además, las relaciones sentimentales quedan estrictamente prohibidas" (PolyMatter, 2019).

Una vez un grupo de ídolos haya culminado su proceso, las grandes disqueras se encargarán de producir canciones por ellos, publicitarlos y promocionarlos, llevarlos a giras y, sobre todo, controlar cada aspecto de su vida pública. Debido a este control, las compañías musicales son las encargadas directamente en crear la imagen global del *K-pop* como género.



## El nacimiento del *Hallyu* y su expansión por Asia

Con este sistema, el *K-pop* se expandió rápidamente por el país. En consecuencia, se generó un ambiente altamente competitivo que terminaría por saturar el mercado. Corea del Sur es un país de aproximadamente 50 millones de habitantes. Al comenzar como una industria local, orientada netamente a un mercado de habla coreano, el crecimiento del género se iba a ver limitado a la población del país, y posiblemente a la diáspora dispersa por el mundo (The Korea Society, 2018). Debido a esto, el gobierno comenzó a impulsar a las grandes disqueras para abrirse en nuevos mercados. Aplicando las teorías de la internacionalización, se puede decir que la industria experimentó un factor de empuje (o *push*) de saturación que la hizo expandirse al exterior. Como el potencial del *K-pop* para difundir la imagen del país era enorme, el apoyo del gobierno en la etapa inicial de expansión fue primordial.

Esta es la razón por la cual el género está orientado a buscar una audiencia afuera de Corea. Una estrategia internacional evidente se ve en los nombres de los grupos, los cuales siempre son acrónimos y así no hay necesidad de traducirlos en el mercado global. Todo empezó con Seo Taiji; su nombre era tan coreano que a los extranjeros se les dificultaba encontrar su música, esto limitó sus posibilidades de tener una audiencia internacional significativa. En contraste, su grupo sucesor, H.O.T, tuvo un nombre mucho más comerciable y, en consecuencia, su reconocimiento global fue mayor (Posner, 2018). Hoy los grupos de *K-pop* más populares tienen nombres como BTS, TWICE, EXO o BLACKPINK, los cuales reflejan la implementación de esta estrategia.

Tras varios álbumes y giras exitosos en Corea, H.O.T fue seleccionada por el gobierno para presentarse en Beijing, en un evento organizado para fortalecer las relaciones diplomáticas entre los dos países. Tras su presentación, la recepción de la audiencia china fue abrumadora, demostrando cómo la barrera del lenguaje podía ser superada fácilmente. Varios medios de comunicación locales describieron la presentación como una "intimidante penetración cultural de Corea del Sur". En el noticiero *Beijing Youth Report*, un reportero afirmó que se trataba de un "*Hallyu*" (del mandarín Han, que significa Corea, y liu, que significa ola), bautizando oficialmente este movimiento. "De lo único que hablan los jóvenes últimamente es de la música pop surcoreana" comentaban los medios (BBC Music, 2019).

No obstante, para lograr una verdadera penetración cultural, se necesitaba una estrategia mucho más agresiva que la simple presencia en eventos políticos. Para el año 2000, los principales mercados de música del mundo eran EE. UU. y Japón (DareBD, 2019). Debido a la cercanía no solo geográfica, sino cultural e histórica, las primeras estrategias masivas de penetración de mercado fueron dirigidas hacia el vecino país. En primer lugar, el gobierno coreano tuvo que comenzar a permitir de nuevo el ingreso de las importaciones culturales japonesas, cosa que no se veía desde la Segunda Guerra Mundial (The Korea Society, 2018). En consecuencia, las industrias culturales de ambos países dejaron a un lado su antiguo sentimiento de rivalidad y el público se tornó más tolerante hacia estas producciones extranjeras. Fue así como las grandes disqueras del *K-pop* comenzaron a diseñar estrategias para penetrar el mercado japonés, que para ese entonces representaba cerca del 20% del consumo musical global (DareBD, 2019).

Basándose en la acogida internacional que obtuvo H.O.T, Lee Soo-Man creó el proyecto “BoA”. Bajo la fórmula del *K-pop*, el director de SM Entertainment afirma que invirtió aproximadamente tres millones de dólares en entrenar a la artista BoA por tres años, en un régimen intenso de baile, canto y clases de japonés. Adicionalmente, la imagen completa de la artista fue moldeada para satisfacer los gustos del mercado musical de Japón, la cual solo podía cantar y hablar en este idioma, experimentando un proceso de “descoreanización”, como afirman varios autores (DareBD, 2019).

En 2002, con la ayuda de varias casas discográficas locales, BoA lanzó su primer álbum totalmente en japonés, con ventas superiores al millón de unidades (DareBD, 2019). Más allá de ser un logro personal, el éxito del proyecto BoA le dio a la industria del *K-pop* la clave para expandirse en el marco internacional: la localización y la adaptación a los mercados estratégicos. Desde ese entonces, todas las disqueras han adaptado una estrategia similar para captar su audiencia internacional.

Culturalmente, los países del este de Asia son altamente colectivistas, para ellos la representación de su país es un motivo de orgullo y patriotismo. Debido a esto, cuando hay un miembro extranjero en un grupo de *K-pop*, este grupo suele tener una inmensa aceptación en el país de origen del miembro. Por ejemplo, BLACKPINK cuenta con una integrante tailandesa, debido a esto el grupo es muy popular en Tailandia y ocupa los primeros puestos en las tablas musicales locales (PolyMatter, 2019). De igual forma, hay grupos que son muy exitosos en China, Indonesia, Taiwán o Japón bajo el mismo sistema de representación. La localización se ha convertido en una estrategia fundamental para la expansión del género, convirtiéndose casi en un factor que condiciona el éxito internacional de un grupo nuevo.

No obstante, tras años de intentos por utilizar el mismo sistema en Occidente, se determinó que esta estrategia solo funcionaba para los mercados orientales. El este de Asia es una región en donde la cercanía geográfica, la cultura y en cierto nivel, el lenguaje, son más propensos a generar un vínculo de orgullo por medio de la representación. En estas culturas, el factor colectivista predomina en comparación con las occidentales, por eso la estrategia logró crear un sentimiento de unión, clave para la expansión del *K-pop* y el *Hallyu* por Oriente antes del auge de las redes sociales.

Por el otro lado, los intentos de localización occidentales no tuvieron el éxito esperado. A pesar que en varias ocasiones se vieran miembros pertenecientes a estos países, la brecha cultural era muy grande como para crear el mismo sentimiento de orgullo, lo cual significaría que, para conquistar Occidente, la industria del *K-pop* tendrían que tomar otro camino.

## El efecto espaguetti

Una vez Japón fue conquistado, todos los esfuerzos se dirigieron hacia el mercado musical más grande: Estados Unidos. Inicialmente, las disqueras coreanas apostaron a las estrategias de localización para ganarse este público, pero como vimos, no funcionó para Occidente. A pesar de esto, la ola *Hallyu* estaba en pleno apogeo en la región. Muchos de los grupos que debutaron en la década de 2000 serían parte de la “Era Dorada” del *K-pop*, donde se perfeccionaría gradualmente la fórmula de la industria que es conocida hoy en día.

Fue en el transcurso de esta época cuando surgió la herramienta fundamental para su expansión global: las redes sociales. Afortunadamente para el *K-pop*, este había logrado popularizarse en la región más habitada del planeta, así que con la creación de Facebook y YouTube, las búsquedas e interacciones que generaba lograron darle la visibilidad necesaria para llegar a varios usuarios occidentales. Por ejemplo, en el 2008 la canción “Nobody” de Wonder Girls logró volverse viral en YouTube, en gran parte debido a las reproducciones japonesas. En consecuencia, la plataforma comenzó a darle más importancia al género y a recomendarlo cada vez a más usuarios occidentales (DareBD, 2019). La razón principal del éxito de esta canción se debe a la implementación de una técnica creada por JYP Entertainment: melodías pegajosas con frases en inglés fáciles de recordar. Esta sería replicada posteriormente por las otras disqueras con canciones como “Gee” y “Sorry, Sorry”.

El éxito inicial de estas canciones en los mercados occidentales impulsó a las compañías a invertir en estrategias más agresivas. En consecuencia, la industria atravesaría una fase de intentos, errores y fracasos similar a un “efecto espaguetti”. Según Jenna Gibson de la Korean Society, “las compañías creaban estrategias nuevas como si se tratara de un plato de espaguetti lanzado hacia una pared, viendo qué se pegaba y qué no” (The Korea Society, 2018).

Así fue como surgieron toda clase de campañas, que iban desde apariciones en películas y series juveniles, hasta conciertos al lado de cantantes americanos en tendencia como los Jonas Brothers. Sin embargo, ninguna de estas obtuvo el resultado esperado, y en consecuencia los esfuerzos de las disqueras fueron disminuyendo progresivamente. Más allá de tratarse de una falta de madurez en la industria, el fracaso de estas estrategias se debió principalmente a la falta de recursos invertidos en las redes sociales. Al priorizar los otros medios de comunicación, el público no logró generar ese sentimiento colectivista que le dio tanto éxito al género en Oriente, y por eso su reconocimiento se limitó a las campañas que realizaron.



## Oppa Gangnam Style

En 2012, cuando el cantante PSY estrenó el video musical de su canción Gangnam Style, el género llegó a un extremo nunca antes visto. La inmensa popularidad que alcanzó obligó a YouTube a incluir las visitas por encima de mil millones, convirtiéndose en el video más visto en la plataforma. Lo más particular de este suceso fue la fórmula utilizada por el artista, la cual rompía con todas las creencias de la industria de cómo ser exitoso internacionalmente.

La canción no solo se volvió número uno en Estados Unidos, también lo hizo en todo el mundo. "PSY no era la versión tradicional de una estrella de pop coreana. El Gangnam Style era una parodia de lo que era Corea para los coreanos, y resulta que eso fue exactamente lo que el mundo quería ver" afirma Bernie Cho en un artículo de BBC (BBC Music, 2019).

Los orígenes de la canción se remontan a la sala de conferencias de la disquera YG Entertainment. Durante esos años, las grandes compañías musicales estaban en la búsqueda de la fórmula secreta que les permitiera lograr penetrar el mercado americano. Para ese entonces, YG comenzó a fijar su atención en la plataforma YouTube, la cual además de ser extremadamente popular en Estados Unidos, había comenzado a generarles una audiencia en este país. La disquera realizó una investigación sobre los videos que generaban mayores visitas y fue así cómo surgió la idea de crear el Gangnam Style: con una parodia.

Las letras demuestran este estilo, las cuales hablan de como "Oppa (papi en coreano) vive un estilo de vida Gangnam". Este es el nombre del barrio más rico de Seúl, catalogado como el "Beverly Hills del Corea". "Los interminables rascacielos y los jóvenes siempre al compás de la moda le harán saber que está en el mismísimo Gangnam" (Korea Tourism Organization, 2019). En la canción, el cantante PSY está en la búsqueda de una mujer "sexy y salvaje" que se asemeje a su estilo de vida extravagante, una parodia hacia la sociedad coreana. Adicionalmente, la disquera se encargó de agregarle al video aquellos elementos característicos del *K-pop*: una coreografía llamativa con una melodía pegajosa.

El éxito que obtuvo le demostró a la industria que era posible ser grande en Occidente sin necesidad de cantar en inglés. PSY causó que el *K-pop* se volviera una tendencia global, y fue en gran parte debido al poder de las redes sociales. Al percatarse de esto, las grandes disqueras comenzarían

a utilizar estas plataformas como principal medio de difusión y promoción, además de cooperar en la creación de eventos internacionales para popularizar el género, como las KCON. Con estas estrategias, los nuevos fanáticos occidentales encontrarían plataformas para crear ese sentimiento colectivista que causó su expansión en Asia. Este sería el elemento clave que garantizaría su éxito en el mercado americano, el cual ha sido tradicionalmente cerrado a la música en otros idiomas.

La presencia activa en las redes sociales ofreció a la nueva audiencia la accesibilidad necesaria para superar las barreras sociales y culturales. Un ejemplo de esto se ve en Soompi, la comunidad en línea más grande del *K-pop*: la mayoría de sus usuarios no habla coreano. Sus 22 millones de integrantes se encargan colectivamente de traducir letras y analizar videos musicales, los cuales se caracterizan por estar llenos de secretos y ambigüedades. “Es una experiencia sensorial” afirma Kristine Ortiz, la administradora de la plataforma, “al no hablar la lengua, los fans pasamos por un proceso de descubrimiento personal, donde cada uno le da el significado que quiere a las letras y videos. Debido a esto, hay una constante motivación para compartir este punto de vista con otros fans, y por eso todos somos tan sociables. Es algo que simplemente no ves en los artistas americanos” (Rolling Stones, 2018).

## En cada rincón del mundo

Como se ha visto a lo largo de esta narración, el éxito del *K-pop* no ha sido accidental. Cada estrategia de expansión ha sido diseñada meticulosamente para elevar la imagen de Corea a una escala sin precedente. Al convertir el estilo de Seo Taiji & Boys en una fórmula exitosa, el país ha emergido como una potencia internacional de cultura que le ha permitido obtener presencia en todos los continentes.

Entonces, ¿cómo ha logrado el *K-pop* conquistar al mundo? Con una combinación de cambios políticos y tecnológicos, el aporte de grandes compañías y su control de los medios de comunicación, así como una gran suma de talento, tales son los factores claves responsables en el éxito del género.

La liberalización de Corea generó en el país una ola de nuevas tendencias extranjeras de gran influencia en una sociedad tradicionalmente censurada; la presentación de Seo Taiji fue el acto revolucionario que dio paso al nacimiento del *K-pop* como género. La acogida del grupo impulsó a tres grandes disqueras a crear de una fórmula demandante de explotación de talentos, enmarcado en una cultura en donde el trabajo duro es visto como un ideal y el camino para lograr el triunfo.

Con el éxito de este sistema, el gobierno, en conjunto con las disqueras, comenzaría a fomentar esta industria como una herramienta para mejorar la imagen internacional de Corea. Al utilizar estrategias de localización y representación nacional, el *K-pop* se expandió rápidamente por Asia. En particular, la cultura colectivista de la región fue el aliado principal del movimiento, al ser este un elemento clave para generar orgullo en la audiencia de estos países.

Por el otro lado, la expansión por Occidente requirió mayores esfuerzos y tiempo. La popularidad del Gangnam Style, por el auge de las redes sociales, les enseñaría a las grandes compañías que la clave para conquistar estos mercados era a través de estas plataformas. Actualmente, estas son las herramientas principales utilizadas por el género para expandirse, cuyo control ha funcionado como un elemento importante en este proceso.

En conclusión, la razón principal por la que hoy en día el *K-pop* es una industria de miles de millones de dólares es que todas estas estrategias utilizadas han sido diseñadas meticulosamente con base en las preferencias de un consumidor internacional, lo cual hace al *K-pop* un movimiento musi-

cal diferente a cualquier otro. Todo aspecto del género es constantemente reinventado por nuevas tendencias sociales, culturales y tecnológicas y, en consecuencia, ha logrado elevar a Corea del Sur y a su cultura como piezas clave del escenario internacional.

## Referencias

- BBC Music. (29 de Mayo de 2019). *How did K-Pop Conquer the World?* Obtenido de <https://www.bbc.com/culture/article/20190529-how-did-k-pop-conquer-the-world>
- DareBD. (21 de Abril de 2019). *History of K-Pop*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=-OzpoXQDDfo&list=PLxB0RutoRtoY0Qkg68bjcfRgKOrs83g1F>
- Korea Tourism Organization. (30 de Septiembre de 2019). *Gangnam - Un día por el barrio más codiciado de Seúl*. Obtenido de Visit Korea: [https://spanish.visitkorea.or.kr/spa/ATT/4\\_4\\_view.jsp?cid=2539733](https://spanish.visitkorea.or.kr/spa/ATT/4_4_view.jsp?cid=2539733)
- PolyMatter. (8 de Noviembre de 2019). *The Economics of K-Pop*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=-bbff07WNw>
- Posner, J. (Dirección). (2018). *En pocas palabras: K-pop* [Serie en Netflix].
- Rolling Stones. (21 de Agosto de 2018). *How K-pop Conquered the West*. Obtenido de Music Features: <https://www.rollingstone.com/music/music-features/bts-kpop-albums-bands-global-takeover-707139/>
- The Ellen Show. (2017). *Ellen Makes 'Friends' With BTS*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=IOuFE-6Awos>
- The Korea Society. (27 de Agosto de 2018). *The Economy of Kpop*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=en5j684QsV0>
- VOX. (26 de Febrero de 2018). *How K-pop Became a Global Phenomenon*. Obtenido de <https://www.vox.com/culture/2018/2/16/16915672/what-is-kpop-history-explained>
- World Economic Forum. (10 de Diciembre de 2018). *Here's What Other Nations Can Learn From Korea's Pop Music Industry*. Obtenido de <https://www.weforum.org/agenda/2018/12/k-popnomics-how-indonesia-and-other-nations-can-learn-from-korean-pop-music-industry/>

## ACTUALIDAD EN ASIA 2021-1



S-F / Shutterstock.com



**José Alejandro Pérez-Nájera**  
Centro Universitario Hispano Mexicano  
jnajera@cuhm.edu.mx

# Causas de la desigualdad en Corea del Sur desde un enfoque de variedades del capitalismo

**Causes of Inequality in South Korea from a Capitalism Variety Approach.**

## Resumen

El presente artículo identifica, a través del enfoque de Variedades del Capitalismo (VdC), las causas que han mantenido un alto nivel de desigualdad en Corea del Sur, país que este enfoque clasifica como una economía de red. El estudio amplía la discusión sobre los determinantes de desigualdad en los países con Producto Interno Bruto per cápita (PIBp) alto y el funcionamiento de tres variables que constituyen complementariedades negativas, las cuales mantienen estos desequilibrios: género, gasto social y pobreza. La metodología del estudio aborda de manera descriptiva datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). El análisis concluye que las desigualdades de género, gasto social y pobreza constituyen una compleja complementariedad negativa que permea en la distribución del ingreso del país asiático.

## Palabras clave:

Economía de red; grupos empresariales; brecha de género; gasto social; Códigos JEL: D31, D63, O53, P36

## Abstract

This article identifies the causes that have maintained a high level of inequality in South Korea, through the Varieties of Capitalism (VoC) approach, which classifies the country as a network economy. The study further elaborates on the discussion of the determinants of inequality in countries with a high Gross Domestic Product per capita (GDPp) and the operation of three negative complementarities that maintain these imbalances: gender, social spending, and poverty. To this end, data generated by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) are methodologically and descriptively addressed. In conclusion, inequalities concerning gender, social spending, and poverty constitute a complex negative complementarity that permeates the income distribution of the Asian country.

## Keywords:

Network economy; Business groups; Gender gap; Social spending; JEL codes: D31, D63, O53, P36

## Introducción

Actualmente, Corea del Sur se considera un caso emblemático de crecimiento económico sostenido durante los últimos años; con aproximadamente 51 millones de habitantes y un territorio de 99.720 km<sup>2</sup>, presentó en 2017 PIBp de 39.500 USD. En materia política, es una república presidencial, con un marco institucional estable y, según datos de OCDE, es la economía número 14 del mundo por su nivel de Producto Interno Bruto (PIB).

Las acciones del dictador Park Chung-hee, quien gobernó desde 1961 hasta su asesinato en 1979, explican en parte este desarrollo. Con su llegada al poder se inició una estrategia económica que consiste en la centralización en el Estado de las decisiones en materia industrial, monetaria y fiscal, con el fin de fomentar las exportaciones (Romero y Berasaluce, 2019), dando origen a lo que hoy se conoce como “el milagro asiático”.

Con las medidas antes mencionadas, se consolidaron los “Chaebol”: grandes conglomerados industriales y tecnológicos, con actividades en diferentes sectores, desarrollados bajo la coordinación del Estado (Romero y Berasaluce, 2018), los cuales se administran de manera familiar dentro de un modelo patriarcal.

En materia educativa Corea del Sur es exitoso; cerca de 70% de su población cuenta con un nivel educativo terciario o de especialización y presenta resultados excelentes en las pruebas de conocimientos del Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de la OCDE –PISA–. Por ejemplo, tiene el 5º lugar en puntuación media, los mejores rendimientos en lectura, matemáticas y resolución de problemas; también en expectativa de terminar una licenciatura y en asistencia a clase (OECD, 2014) participen en una economía global cada vez más interconectada y, en última instancia, transformen unos puestos de trabajo mejores en vidas mejores. Ciertas habilidades facultan a la gente para que, en su día a día, puedan afrontar desafíos relativos a la toma de decisiones, la resolución de problemas o la gestión de acontecimientos inesperados, como la pérdida del trabajo o las rupturas familiares. Aparte de los beneficios individuales, estas habilidades suponen la amalgama de comunidades sólidas y sociedades con un correcto funcionamiento, ya que fomentan la integración, la tolerancia, la confianza, la ética, la responsabilidad, la conciencia medioambiental, a colaboración y unos procesos democráticos efectivos. A lo largo de la última década, el Programa Internacional para la Evaluación de Alumnos de la OCDE (PISA). Cuenta con alta inversión en el sector, calidad educativa y una excelente posición en el índice de desarrollo humano (IDH).

El enfoque de Variedades del Capitalismo –VdC–, a partir del cual se hace el análisis de esta investigación, es una aproximación moderna para el estudio de las complementariedades institucionales que interactúan en los países y conducen al desarrollo económico (P. A. Hall & Soskice, 2001), (P. H. Hall et al., 2006). La firma (empresa) es uno de los ejes centrales para el análisis de las VdC; , este enfoque reconoce a las instituciones como un factor determinante para reducir los costos de transacción y maximizar la eficiencia de los mercados. Para el análisis resulta importante conocer que Corea del Sur es un país con un PIBp elevado; sin embargo, tiene altos niveles de desigualdad respecto al ingreso.

Los estudios sobre las Variedades del Capitalismo propuestos por Hall y Soskice (2001) dividieron a los países en dos grandes grupos en función a sus características: las denominadas economías de mercado liberales –LME– y las economías de mercado coordinadas –CME–. Cabe señalar que según esta clasificación Corea del Sur es una CME, debido a la manera en que las firmas establecen relaciones con trabajadores, gobierno, educación y otras instituciones de mercado.

Otro estudio sobre el tema, liderado por Amable (2016), hizo un análisis empírico con datos de la OCDE, donde se considera a Corea del Sur como un “modelo asiático” (junto con Japón).

La clasificación de Schneider (2008) organiza en cuatro tipos las VdC: liberales, coordinadas, de red y jerárquicas. En el caso de Corea del Sur, esta clasificación la sitúa como economía de mercado de red (Network Market Economies) –NME–, y utiliza las siguientes dimensiones: mercados, negociación, confianza y jerarquía. En particular, se utilizará este esquema para el documento.

Vale anotar que todos los bosquejos económicos presentan fallas institucionales, algunas con graves consecuencias sociales (Demirbag et al., 2017); de modo que, al realizar un estudio de las experiencias internacionales, identificamos a la desigualdad como un aspecto central que sobresale en Corea del Sur respecto a los demás países de la OCDE, en especial por el alto nivel de crecimiento económico que ha alcanzado en los últimos años. Es decir, a pesar de registrar alto crecimiento económico, persiste una alta desigualdad. Explorar las causas de este fenómeno social permite a los tomadores de decisiones implementar políticas que puedan reducir esta problemática.

La hipótesis es la existencia de tres variables que han mantenido altas tasas de desigualdad conformando así una complementariedad negativa del

capitalismo de red (NME) (Amable, 2016). Para este documento se utilizaron datos de la OCDE y un análisis descriptivo de las causas de la desigualdad en el país asiático. Cabe señalar que, a nivel mundial, países como Corea del Sur han logrado capturar una gran parte de las ganancias de ingresos mundiales (Milanovic, 2011), sin embargo, no ha logrado distribuirlo adecuadamente dentro de sus fronteras.

Así mismo, es interesante la respuesta que han tenido los países de la región, en especial Corea del Sur, a los riesgos, efectos y daños que ha ocasionado la pandemia por COVID-19; análisis que contribuye a identificar si la desigualdad puede considerarse como una condición estructural o, por el contrario, puede corregirse con los elementos aquí mencionados.

Este artículo se estructura de la siguiente manera: En primer lugar una introducción, en la segunda sección se examinan estudios previos, a fin de hacer una revisión de la literatura existente, para posteriormente, en la sección tres, formular una metodología; en la sección cuatro se presentan los resultados y discusión; y finalmente, en la sección cinco se presentan las conclusiones derivadas del estudio. El objetivo es identificar las causas que mantienen altos niveles de desigualdad en Corea del Sur en el contexto de VdC.



## 1. Estudios previos

Las firmas son el eje central del análisis de VdC (Hall y Soskice, 2001), sin embargo, las instituciones y las complementariedades negativas (Schneider, 2009) provocan una alta desigualdad en el país asiático. Por eso, al revisar estudios previos nacionales (N. Kim, 2015) e internacionales que identifican este fenómeno (Song, 2019) implicando que las desventajas socioeconómicas persisten de generación en generación y cuestionando la estructura de clases permeable que presenta una democracia capitalista. Las políticas del estado de bienestar tienen como objetivo mejorar la movilidad social ascendente de la ciudadanía mediante la reducción de la desigualdad y la promoción del crecimiento inclusivo; sin embargo, rara vez se examina la movilidad social como incrustada en los contextos institucionales y socioculturales de formas alternativas del estado de bienestar económico de mercado. Aunque Corea del Sur y los Estados Unidos tienen generalmente regímenes de estado de bienestar residuales y limitados similares, esta disertación encuentra que la movilidad de ingresos intergeneracional (IGM, que implica una restricción (Schneider y Soskice, 2009) importante al desarrollo socioeconómico.

En el caso de Schneider (2007), el autor utiliza en su análisis a las corporaciones multinacionales y conglomerados familiares, la especialización de la mano de obra, la inversión en capital humano y los sindicatos, aspectos que en interacción pueden provocar sectores de economía informal.

Firmas globales como Samsung, SK Holding, Hyundai, POSCO, LG Group, KIA, SK Hynix, entre otras, son ejemplos de los grandes conglomerados con inversiones en los sectores financiero, siderúrgico, de energía, comercio y telecomunicaciones. En estos casos, sus administradores y trabajadores (mercado laboral) entienden a la relación con las empresas como una relación a largo plazo (Park, 2019) el nexo entre democracia, globalización y desigualdad en los países de ingresos medios ha recibido menos atención que la misma relación en las democracias industriales avanzadas. La sabiduría convencional sugiere que la democracia crea una sociedad más igualitaria, mientras que se considera que la globalización es uno de los factores comunes que dieron como resultado una mayor desigualdad económica. Mi estudio utiliza un enfoque de métodos mixtos. Realizo análisis de series de tiempo transnacionales, así como un estudio de caso sobre Corea del Sur (en adelante, Corea y basada en la confianza entre ambos, donde el Estado coordina las actividades y negociaciones.

Las características de las empresas en las economías de red (Saucedo, *et al.*, 2015), como Corea del Sur, han sido previamente revisadas (Lee y Shin, 2018), entre las que destacan la participación del Estado o coordinación, los mercados laborales regulados, los bajos niveles de protección social, un sistema educativo competitivo y privado, así como la coordinación entre los grandes conglomerados y el sistema financiero.

Con respecto a la desigualdad, es un concepto estudiado por su importancia en al menos dos dimensiones. Por un lado, existe evidencia de un crecimiento económico al presentarse altos niveles de desigualdad (Ostry, *et al.*, 2014) apalancamiento y ciclo financiero, que sembró la semilla de la crisis; y el papel de los factores de economía política (especialmente la influencia de los ricos y por el otro, la justicia social y la búsqueda de la equidad que son piezas fundamentales en las sociedades modernas.

Así mismo, cabe señalar que la desigualdad tiene diferentes dimensiones, en este caso particular nos enfocamos en la desigualdad económica; es decir, la diferencia entre los niveles de ingreso en la población (Keeley, 2018). En este documento se presupone que la desigualdad es consecuencia de la exclusión de las mujeres en el mercado laboral, la deficiencia en el gasto social y los altos niveles de pobreza.

Es importante señalar que la desigualdad, por sí misma restringe el crecimiento económico (Ostry, *et al.*, 2014), y a su vez, también restringe el incremento de los ingresos de los habitantes del país asiático y los países vecinos (Piketty, *et al.*, 2019) encuestas y nuevos datos tributarios para estudiar la acumulación y distribución de la renta y la riqueza en China de 1978 a 2015. La relación riqueza-renta nacional aumentó del 350 por ciento en 1978 al 700 por ciento en 2015, mientras que la participación de la propiedad pública en la riqueza nacional se redujo del 70 por ciento al 30 por ciento. Proporcionamos una fuerte revisión al alza de las estimaciones oficiales de desigualdad. La participación del 10 por ciento superior en los ingresos aumentó del 27 al 41 por ciento entre 1978 y 2015; la participación del 50 por ciento inferior cayó del 27 al 15 por ciento. Los niveles de desigualdad de China solían estar cerca de los países nórdicos y ahora se están acercando a los niveles de Estados Unidos.

En el ámbito mundial, se ha retomado la discusión sobre la importancia de disminuir la desigualdad incluso desde un punto de vista ideológico (Piketty, 2020). Es decir, las sociedades modernas pueden hacer un esfuerzo por modificar la distribución del ingreso sin afectar los niveles de producción o desarrollo.

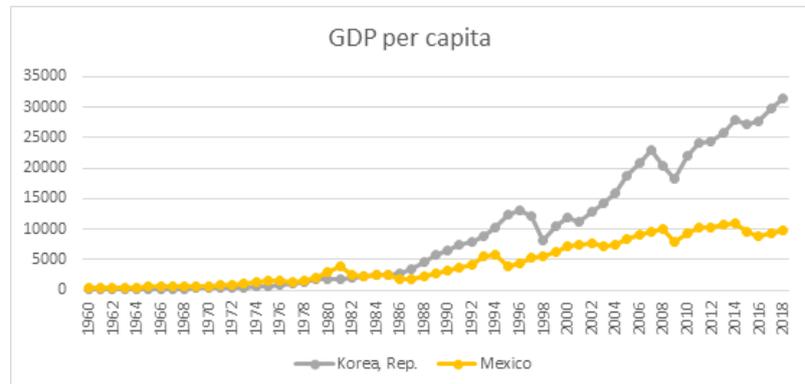
Para este trabajo exploramos las variables disponibles en las bases de datos de OCDE y de World Inequality Lab –WIL–. De la primera obtuvimos los datos referentes al coeficiente de Gini, PIBp, gasto social, brecha de género y pobreza; y de la segunda, los referentes al decil (10%) con mayores ingresos. Estos métodos han sido utilizados en investigaciones recientes (Davis y Cobb, 2010).

## 2. Metodología

A fin de cumplir con el objetivo de la investigación, basándose en estudios previos (P. H. Hall et al., 2006) e incorporando nuevos elementos (Schneider, 2007) se incluyeron las variables de género, pobreza y gastos social; con la intención de explicar el alto nivel de desigualdad (Shin, 2019) observado en Corea del Sur.

Previamente se mencionó que el desarrollo económico del país asiático ha sido significativamente alto; para ilustrar este hecho se presenta una gráfica que expresa el crecimiento del PIBp en los recientes años en comparación con México, un país de condiciones similares en la década de los años 70's y 80's.

**Figura 1. Producto Interno Bruto per cápita (GDPp)**



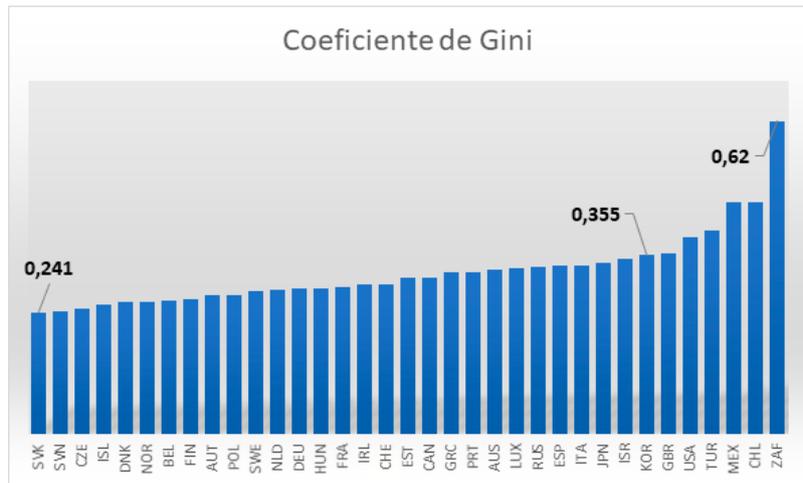
Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial.

Se puede identificar un despegue del PIBp a partir de 1986, que no es una casualidad. Es sin duda resultado de las políticas públicas fomentadas durante la dictadura del General Park; en particular las previamente mencionadas y que conocemos como “el milagro asiático”.

Así mismo, se puede observar que durante la crisis financiera asiática de 1997 y la crisis inmobiliaria de 2008, el impacto en el crecimiento fue muy fuerte; sin embargo, las firmas y las condiciones ya estaban institucionalizadas lo que les permitió mantener el camino trazado previamente. Es decir, existían las complementariedades positivas suficientes para el crecimiento; incluso la creación de un Estado democrático satisfactorio y representativo (Han y Chang, 2016) ya sean pobres o ricos, es más probable que se sientan insatisfechos con los sistemas democráticos cuando se enfrentan a una mayor disparidad de riqueza. En contraste, los ganadores electorales que enfrentan una mayor desigualdad tienen más probabilidades de expresar satisfacción con la democracia. Empleando un análisis multinivel de Sistemas Electorales de Estudio Comparativo (CSES).

Ahora bien, si el país creció económicamente, presentó desarrollo económico y obtuvo el reconocimiento internacional como un caso de éxito, ¿por qué razón la desigualdad es tan alta en comparación con otros países? Para tratar de ilustrar este punto se presenta el Índice de Gini, con los datos más recientes disponibles en la OCDE.

**Figura 2. Coeficiente de Gini.**

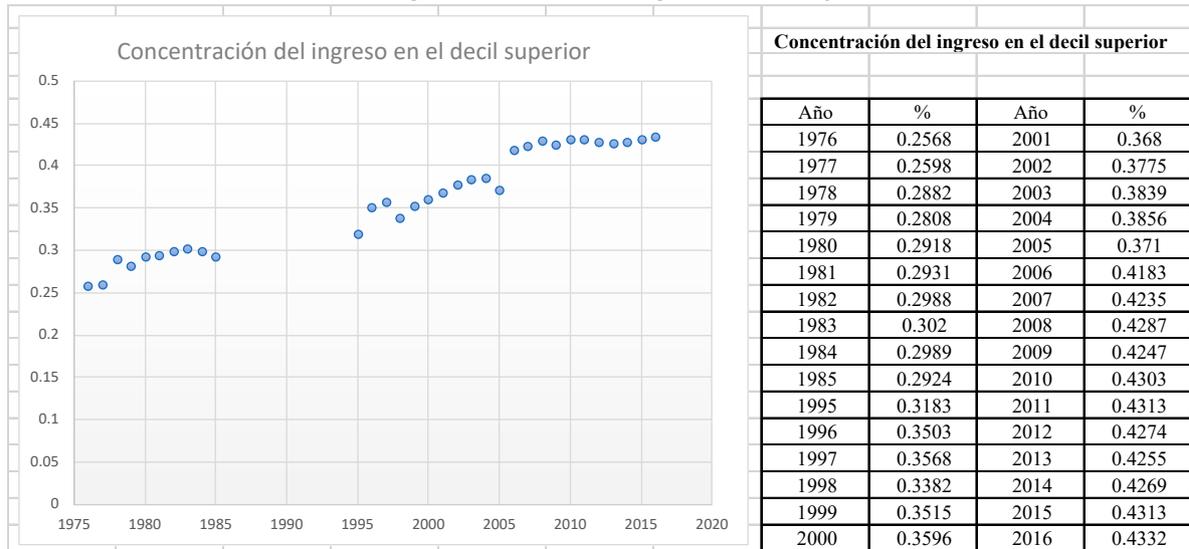


Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE.

En la gráfica, podemos observar el alto grado de desigualdad entre los países de la OCDE, cuyo rango oscila entre 0,24 en República Eslovaca y 0,62, en Sudáfrica. Finalmente, Corea del Sur aparece con un valor de 0,35, por lo que tiene un amplio margen para mejorar.

Otro indicador de la desigualdad es la acumulación del ingreso en el decil superior, según la base datos de WIL; si bien no están disponibles los datos de los años 1985 a 1995, podemos observar que en los años recientes el 10% con mayores ingresos cada vez acapara un monto superior de los ingresos disponibles. Estos datos ayudan a entender la dinámica o complementariedades; así mismo, a identificar las causas que han incrementado la acumulación de los ingresos en menos manos.

En Corea del Sur, el 10% más rico acumula, no solo la riqueza *per se*, sino también los ingresos que se forjan de las diferentes fuentes de generación, asunto que contribuye a aumentar la acumulación de ambos en un número cada vez menor de empresarios; según algunos estudios el decil acumula más del 60% de la riqueza existente (Stierli et al., 2014).

**Figura 3. Concentración del ingreso en el decil superior.**

Fuente: Elaboración propia con datos de WIL.

En la gráfica podemos observar que la concentración del ingreso en el decil superior se ha ido incrementando, es decir, los grandes empresarios coordinados por el gobierno han acumulado, hasta llegar a niveles de casi el 45% de los ingresos disponibles.

Si analizamos las causas de estas complementariedades negativas respecto a la desigualdad, podemos encontrar en el gasto social uno de los factores importantes para los altos diferenciales en el ingreso de los habitantes del país asiático, como se puede observar en la siguiente tabla:

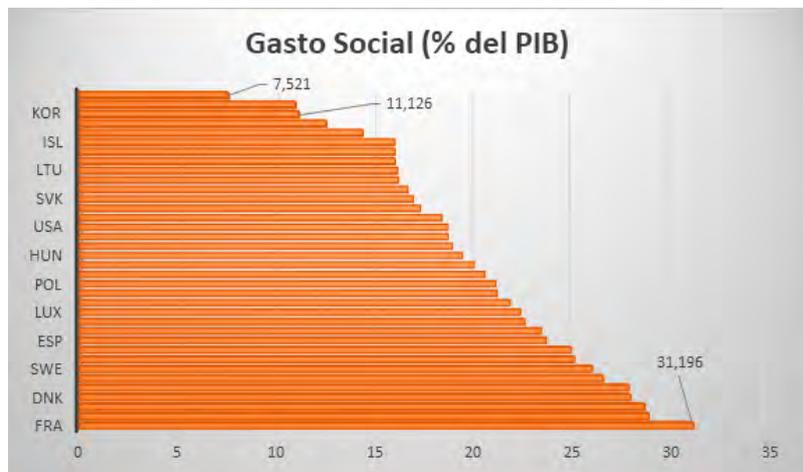
**Tabla 1. Gasto social en Corea del Sur.**

Gasto social		
Año	Corea del Sur	OCDE Promedio
1990	2,7	16,4
1995	3,1	18,0
2000	4,5	17,4
2005	6,1	18,2
2010	8,2	20,6
2015	10,2	19,0
2016	10,5	20,5
2017	10,6	20,2
2018	11,1	20,1

Fuente: Elaboración propia con datos de WIL.

Cabe señalar que Corea del Sur, tal como se puede observar en la siguiente gráfica, es el tercer país con menor gasto social de los integrantes de la OCDE.

**Figura 4. Gasto Social como porcentaje del PIB.**



Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE.

Los países con diferentes tipos de capitalismo deciden priorizar el gasto social y con ello privilegiar a los sectores más desprotegidos en materia de ingresos; de tal forma, cabe la posibilidad de reducir o mantener los indicadores de desigualdad dentro de márgenes menos injustos y cambios sociales (Shin, 2019).

Esta situación es resultado, en parte, de las contribuciones a la seguridad social, la cual consiste en los pagos obligatorios al gobierno y que confieren derecho a recibir un beneficio social futuro. Entre estos están: beneficios del seguro de desempleo, beneficios por accidentes, lesiones y enfermedades, pensiones de vejez, invalidez y supervivencia, subsidios familiares, gastos médicos y hospitalarios. Estos aspectos se miden en porcentaje del PIB.

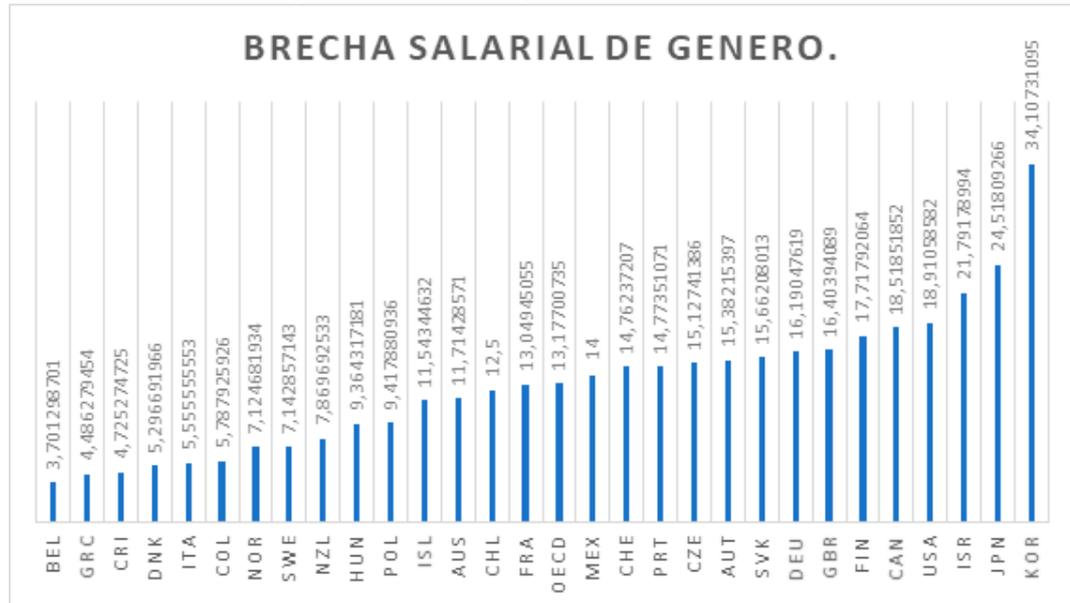
**Tabla 2. Contribuciones a la seguridad social como porcentaje del PIB.**

Año	Corea	México	OCDE Promedio
2000	3,583	2,065	8,589
2001	3,988	2,164	8,658
2002	4,167	2,189	8,688
2003	4,482	2,251	8,685
2004	4,61	2,182	8,556
2005	4,773	2,16	8,498
2006	4,995	2,023	8,438
2007	5,137	2,058	8,436
2008	5,379	1,962	8,579
2009	5,552	2,152	8,908
2010	5,46	2,076	8,844
2011	5,795	2,062	8,86
2012	6,126	2,088	8,956
2013	6,408	2,162	9,024
2014	6,607	2,165	9,012
2015	6,693	2,206	9,031
2016	6,862	2,162	9,142
2017	6,916	2,134	9,132
2018	7,219	2,162	9,377

Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE.

En lo referente a la equidad de género, existe brecha salarial en Corea del Sur, concepto que presenta la diferencia entre los ingresos medios de hombres y mujeres (Estevez-Abe, 2009). Los datos de la gráfica a continuación se refieren a los empleados de tiempo completo.

**Figura 5. Brecha salarial de género.**



Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE.

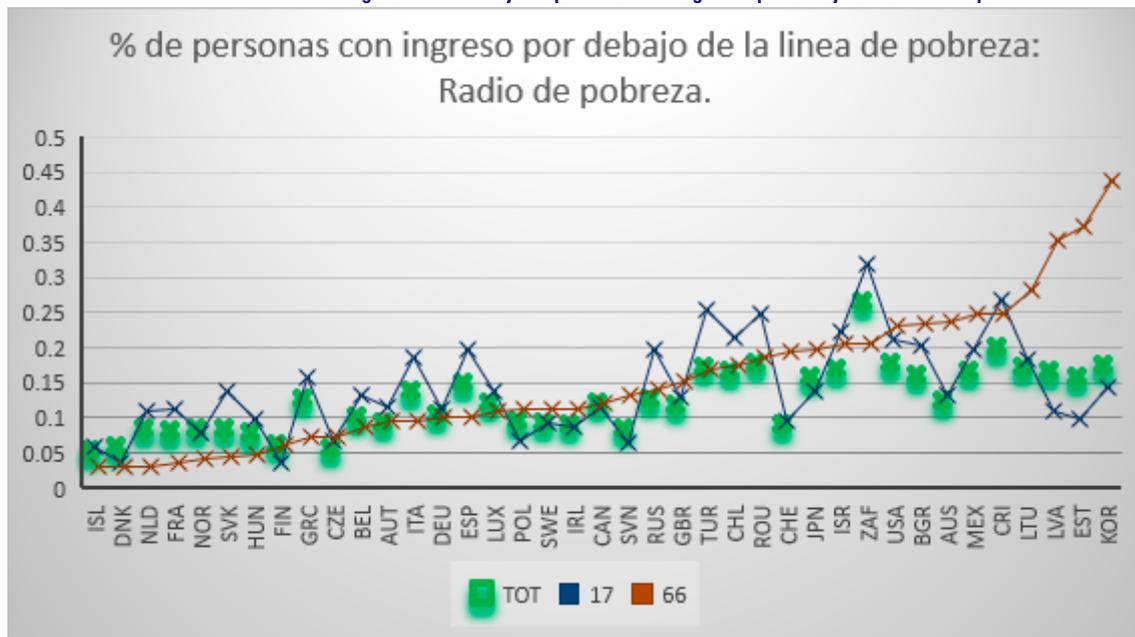
Como se observa en la figura, Corea del Sur es el país con la brecha salarial de género más elevada. Es decir, el salario de las mujeres es mucho más bajo que el de los hombres aun realizando las mismas funciones, de tal manera que existen menores incentivos para el trabajo formal por parte de las mujeres ya que no se les retribuye equitativamente; esta situación es reflejo de una sociedad con una estructura social y empresarial patriarcal (Fainshmidt et al., 2018).

Existe una paradoja, si bien la participación de las mujeres en el mercado de trabajo y sus salarios son muy inequitativos, en las pruebas de desempeño PISA, las mujeres coreanas obtienen mejores resultados. El rol de las mujeres en el hogar es otro factor importante en los países con un capitalismo de red, a diferencia de los coordinados (CME) donde existen condiciones de equidad. Ahora bien, estas condiciones solo pueden corregirse con políticas públicas y marcos institucionales incluyentes que fomenten la equidad (Cudd, 2015) feminist ends of freedom and gender equality. I argue that although capitalism is subject to critique for increasing economic inequality, it can be seen to decrease gender inequality, particularly in traditional societies. Capitalism brings technological and social innovations that are good for women, and disrupts traditions that subordinate women in materially beneficial and socially progressive ways. Capitalism upholds the ideology of individual rights and the ideal of mutual advantage. By institutionalizing mutual advantage through the logic of voluntary exchange, progressive capitalism promotes the idea that no one is to be expected to sacrifice their interests with no expectation of benefit. Thus capitalism opposes the traditional, sexist ideal of womanly self-sacrifice.,"author": [{"dropping-particle": "", "family": "Cudd", "given": "Ann E."}, {"non-dropping-particle": "", "parse-names": false, "suffix": ""}], "container-title": "Journal of Business Ethics", "id": "ITEM-1", "issue": "4", "issued": {"date-

parts":[[{"2015","4","21"}]],"page":"761-770","title":"Is Capitalism Good for Women?","type":"article-journal","volume":"127"},"uris":["http://www.mendeley.com/documents/?uuid=181cfe94-3207-3e9b-bcb2-299db64c2c48"]},"mendeley":{"formattedCitation":"(Cudd, 2015).

Con respecto a la pobreza, existen diferentes indicadores. En el caso de Corea del Sur el más preocupante es el porcentaje de personas mayores de 66 años en nivel de pobreza, para ejemplificar esta situación se presenta la siguiente gráfica:

**Figura 6. Porcentaje de personas con ingresos por debajo de la línea de pobreza.**



Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE.

Con datos de la OCDE se observa la "tasa de pobreza", es decir, la proporción porcentual de personas (por grupo de edad determinado; total, menores de 17 y mayores de 66 años) cuyos ingresos están por debajo de la línea de pobreza; tomando la mitad del ingreso familiar promedio de la población total. Es evidente, que la pobreza es parte de estas complementariedades negativas que afectan el alto nivel de desigualdad en el país y en el mundo (Ravallion, 2020).

Finalmente, con los elementos antes expuestos se analizan los datos para llegar a algunos resultados y conclusiones que permitan identificar si en efecto existen complementariedades negativas entre la desigualdad y los tres elementos observados.



## Resultados y Discusión

Visto lo anterior y utilizando el enfoque de Variedades del Capitalismo –VdC–, Corea del Sur es un capitalismo de red (Net Capitalism), es decir, un modelo de grandes conglomerados basados en relaciones de confianza, donde las firmas premian la solidaridad de sus empleados a través de cierta movilidad interna y protección social por parte de la misma empresa; sin que ello represente oportunidades fuera de ella (Song, 2019).

Este tipo de capitalismo promueve estrategias comerciales entre el Estado y las grandes firmas, que en cumplimiento con planes quinquenales de desarrollo y en coordinación con el sistema financiero (privilegiando tasas de rentabilidad en el largo plazo), muchas veces las instituciones financieras son parte del mismo “Chaebol”. Estos grandes conglomerados permiten la protección del empleo, negociación de los salarios en coordinación con las demás firmas (Do et al., 2019); y de esa manera protegen a la mano de obra especializada, permitiendo un incremento de la productividad de las empresas (innovación incremental) y bienestar a largo plazo (Kibler et al., 2018).

Cabe señalar que las instituciones previamente descritas se apoyan mutuamente, lo cual se entiende como complementariedad. Por ejemplo, la coordinación entre los bancos, la negociación salarial y el empleo contribuyen a la estabilidad empresarial. Destacando que si alguna de las tres fallas, la eficiencia del sistema disminuye. Las firmas pretenden mejorar sus productos a largo plazo a través de innovaciones incrementales; pero esta estrategia solo es posible con inversionistas pacientes, empleados comprometidos y cooperación de las empresas subsidiarias; conformado así una complementariedad positiva.

Ahora bien, en este texto se identifican algunos de los efectos negativos de las instituciones denominadas economías de red; para tal fin, analizamos previamente la relación existente entre el nivel de la pobreza, el gasto social y la desigualdad de género; las tres variables conectadas con las firmas de manera directa o indirectamente por las características institucionales del país. Estas tres condicionantes han generado y conservado un alto nivel de desigualdad del ingreso y al mismo tiempo su interacción no permite corregir dichos desequilibrios.

Un gasto social bajo puede ser consecuencia de una baja recaudación (28,42% del PIB; según datos de la OCDE), este es el caso de Corea del Sur. Es importante destacar que el país tiene compromisos de gasto en defensa,

a causa del conflicto preexistente con su vecino del norte; situación derivada de la Segunda Guerra Mundial. Esta situación destaca la importancia de analizar las experiencias internacionales entendiendo y conociendo el contexto histórico del cual se deriva la coyuntura presente.

Al observar los tres indicadores socioeconómicos (Kim y Lee, 2018) que relacionamos con la desigualdad se destaca el incremento del desequilibrio en la distribución del ingreso en Corea del Sur. Logramos identificar que estos tres aspectos socioeconómicos interactúan de manera negativa para mantener o incrementar la acumulación del ingreso en el decil más acaudalado y a su vez daña la vida cotidiana de la población en general.

Al observar el Cuadro 1 se infiere que la desigualdad del ingreso familiar ha empeorado en el período posterior a la crisis de 1997 y 2008 (Shin, 2019); aun cuando el PIBp (Gráfica 1) mostró efectos negativos, la concentración del ingreso se ha incrementado ineludiblemente en los años recientes, efecto observable en otros países del mundo también (Yang & Greaney, 2017).

Cabe señalar que según datos del Global Wealth Report 2019 (Reporte de la riqueza global), existen 741.000 familias aproximadamente en Corea del Sur cuya riqueza superan al millón de dólares, es decir, son millonarios, eso equivale 1,6% de la población, y forman parte del decil más adinerado del país. Hay además 74 familias (Stierli et al., 2014) con más de 500 millones de dólares. El reporte indica un índice Gini de hasta 60,6 (Suisse, 2019), mucho más alto que el reportado por OCDE. Estos datos son muy importantes en cuanto a la posibilidad de imponer impuestos a estas grandes fortunas a fin de reducir la desigualdad.

Varios estudios han identificado elementos que infieren alta desigualdad, pero la novedad de reconocer las causas puede ayudar a la discusión de políticas públicas y cambios institucionales enfocados en corregir los aspectos que este documento ha registrado como elementales en la corrección de las desigualdades, seguramente aplicables a la mayoría de los países de la región ya que comparten características y patrones de comportamiento similares.



## Conclusiones

En este artículo hemos identificado algunas causas de la desigualdad en Corea del Sur mediante un análisis descriptivo de tres variables: el bajo gasto social, la brecha de género y el alto nivel de pobreza desde la pers-

pectiva de VdC; estos aspectos constituyen una compleja complementariedad negativa que permea en la distribución del ingreso. Para tal fin, hemos considerado a través de datos de la OCDE, las diversas variables representativas de estos fenómenos.

En síntesis, la desigualdad que existe en Corea del Sur es aparentemente resultado de la interrelación del descuido estatal y empresarial de instrumentos que promuevan la equidad y la justicia en el sistema capitalista, en algunos casos denominado populismo económico (Rodrik, 2020), ya que este a su vez permite a los sectores desprotegidos acceso a movilidad social y mejores niveles de ingreso, en especial, en el caso de las mujeres y adultos mayores de 66 años, que en los trabajos formales e informales pudieran tener un salario precario o insuficiente, resultando como lo hemos mencionado en mayor polarización social.

Así mismo, se observa que ni la educación terciaria, ni los excelentes resultados en la calidad educativa o en el resultado en la pruebas académicas, por sí mismas, resuelven el problema de la desigualdad del ingreso (Piketty, 2014, p. 534); incluso, se concluye que no es el modelo democrático (Kammas y Sarantides, 2019) we apply a measure of effective fiscal redistribution that reflects the effect of taxes and transfers on income inequality. Our findings clearly indicate that non-democratic regimes demonstrate significantly greater direct fiscal redistribution. Subsequently, we employ fiscal data in an attempt to enlighten this puzzling empirical finding. We find that dictatorial regimes rely more heavily on cash transfers that exhibit a direct impact on net inequality and consequently on the difference between market and net inequality (i.e., effective fiscal redistribution el motor del despegue en el crecimiento económico como algunos autores lo presuponen (Acemoglu, et al. 2017); más bien, en este caso en particular, la dictadura (Kammas & Sarantides, 2019) del general Park es el detonante de una industria moderna, tecnológica y competitiva a en el ámbito mundial; pero estos apuntes deberán ser estudiados más a fondo en otros trabajos de investigación.

En segundo lugar, se reconoce que a pesar de los esfuerzos por buscar mejores condiciones de equidad de género en Corea del Sur, es evidente que las mujeres perciben ingresos por debajo de los de los hombres (Shin, 2019), independientemente de su desempeño o responsabilidad, simplemente por el hecho de ser mujeres; por eso se observa que la desigualdad de género es un factor determinante que se presenta en el país asiático y no en los países del norte de Europa, donde hay menores tasas de desigualdad. (Ver Gráfica 2).

El salario o la equidad salarial de género, el estado de bienestar (Kibler et al., 2018) o el gasto social y los bajos niveles de pobreza son elementos que podemos observar en los países con menores tasas de desigualdad. En Corea del Sur resulta importante implementar medidas que permitan mejorar estos indicadores a fin de corregir la distribución de los ingresos en el país asiático (Zafirovski, 2019).

En tercer lugar, desde el entendido de que la pobreza y la desigualdad del ingreso son fenómenos diferentes, aun cuando pueden estar conectados; el gobierno deberá de generar políticas específicas para cada uno. Por un lado, la evidencia empírica muestra que los países con menores tasas de desempleo y altas tasas impositivas pueden alcanzar menores niveles de desigualdad (Guillaud, et al., 2020) we measure the reduction in income inequality from four key levers of tax and transfer systems: the average tax rate, tax progressivity, the average transfer rate, and transfer targeting. Our methodological improvements produce the following results. First, tax redistribution dominates transfer redistribution (excluding pensions, pero para llegar a ese punto será necesario implementar una serie de políticas que reduzcan la pobreza y, simultáneamente, medidas enfocadas a reducir la desigualdad;

ya que el crecimiento económico por sí mismo no necesariamente reduce ambos fenómenos.

Finalmente, es posible discutir si la desigualdad es resultado solo de que la tasa del rendimiento del capital sea mayor a la tasa de rendimiento anual del ingreso (Piketty, 2014); o de los ciclos de Kuznets (Milanovic, 2016); sino también es resultado de las complementariedades negativas que se observan en países como Corea del Sur en los años recientes.

En un estudio posterior se podría identificar estadísticamente a través de un modelo de panel el grado de correlación y determinación de estas tres variables y su peso con respecto a la desigualdad; así mismo, incluir el estudio de la movilidad social, capital social y la meritocracia como herramientas de análisis en Corea del Sur o un estudio comparativo con países similares.

## Referencias

- Acemoglu, D., Robinson, J. A., & Verdier, T. (2017). Asymmetric growth and institutions in an interdependent world. *Journal of Political Economy*, 125(5), 1245–1305. <https://doi.org/10.1086/693038>
- Amable, B. (2016). Institutional complementarities in the dynamic comparative analysis of capitalism. *Journal of Institutional Economics*, June 2015, 79–103. <https://doi.org/10.1017/S1744137415000211>
- Cudd, A. E. (2015). Is Capitalism Good for Women? *Journal of Business Ethics*, 127(4), 761–770. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2185-9>
- Davis, G. F., & Cobb, J. A. (2010). Corporations and economic inequality around the world: The paradox of hierarchy. *Research in Organizational Behavior*, 30, 35–53. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2010.08.001>
- Demirbag, M., Wood, G., Makhmadshoev, D., & Rymkevich, O. (2017). Varieties of CSR: Institutions and Socially Responsible Behaviour. *International Business Review*, 26(6), 1064–1074. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.03.011>
- Do, H., Patel, C., Budhwar, P., Katou, A. A., Arora, B., & Dao, M. (2019). Institutionalism and its effect on HRM in the ASEAN context: Challenges and opportunities for future research. *Human Resource Management Review*, October 2018, 100729. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2019.100729>
- Estevez-Abe, M. (2009). Gender, Inequality and Capitalism: The 'Varieties of Capitalism' and Women. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 16(2), 182–191. <https://doi.org/10.1093/sp/jxp010>
- Fainshmidt, S., Judge, W. Q., Aguilera, R. V., & Smith, A. (2018). Varieties of institutional systems: A contextual taxonomy of understudied countries. *Journal of World Business*, 53(3), 307–322. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2016.05.003>
- Guillaud, E., Olckers, M., & Zemmour, M. (2020). Four Levers of Redistribution: The Impact of Tax and Transfer Systems on Inequality Reduction. *Review of Income and Wealth*, 66(2), 444–466. <https://doi.org/10.1111/roiw.12408>
- Hall, P. A., & Soskice, D. (2001). An Introduction to Varieties of Capitalism. In *Varieties of Capitalism* (pp. 1–68). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0199247757.003.0001>
- Hall, P. H., Soskice, D., Económico, S. D., & Mar, N. J. (2006). A proposito de los capitalismos contemporáneos\*. *Desarrollo Económico*, 45(180), 573–590.
- Han, S. M., & Chang, E. C. C. (2016). Economic Inequality, Winner-loser Gap and Satisfaction with Democracy. *Electoral Studies*, 44, 85–97. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.08.006>
- Kammas, P., & Sarantides, V. (2019). Do Dictatorships Redistribute More? *Journal of Comparative Economics*, 47(1), 176–195. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2018.10.006>
- Keeley, B. (2018). *Desigualdad de ingresos*. OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264300521-es>
- Kibler, E., Salmivaara, V., Stenholm, P., & Terjesen, S. (2018). The Evaluative Legitimacy of Social Entrepreneurship in Capitalist Welfare Systems. *Journal of World Business*, 53(6), 944–957. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2018.08.002>
- Kim, H., & Lee, Y. (2018). Socioeconomic Status, Perceived Inequality of Opportunity, and Attitudes Toward Redistribution. *The Social Science Journal*, 55(3), 300–312. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.01.008>
- Kim, N. (2015). Top Incomes In Korea, 1933-2010: Evidence From Income Tax Statistics. *Hitotsubashi Journal of Economics*, 56, 1–19. <https://doi.org/10.15057/27197>
- Lee, K., & Shin, H. (2018). Varieties Of Capitalism and East Asia: Long-Term Evolution, Structural Change, and the End of East Asian Capitalism. *Structural Change and Economic Dynamics*. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2018.06.006>
- Milanovic, B. (2011). A Short History of Global Inequality: The Past Two Centuries. *Explorations in Economic History*, 48(4), 494–506. <https://doi.org/10.1016/j.eeh.2011.05.001>

- Milanovic, B. (2016). *Global Inequality: A New Approach for the Age of Globalization*. In *harvard University Press*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2017.9>
- OECD. (2014). Resultados de PISA 2012 en foco Overview. In *Pisa*. [http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA2012\\_Overview\\_ESP-FINAL.pdf](http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA2012_Overview_ESP-FINAL.pdf)
- Ostry, J., Berg, A., & Tsangarides, C. (2014). Redistribution, Inequality, and Growth. *Staff Discussion Notes*, 14(02), 1. <https://doi.org/10.5089/9781484352076.006>
- Park, S. W. (2019). *Democracy, Domestic Institutions, and Inequality: Evidence from Emerging Countries and South Korea*. In *University of British Columbia* (Issue December). Doctoral dissertation, University of British Columbia.
- Piketty, T. (2014). El capital en el siglo XXI. En *El capital en el siglo XXI* (pp. 15–50 y 643–649). Fondo de Cultura Económica.
- Piketty, T. (2020). *Capital and Ideology* (Issue Harvard University Pres). Harvard University Pres.
- Piketty, T., Yang, L., & Zucman, G. (2019). Capital Accumulation, Private Property, and Rising Inequality in China, 1978–2015. *American Economic Review*, 109(7), 2469–2496. <https://doi.org/10.1257/aer.20170973>
- Ravallion, M. (2020). On Measuring Global Poverty. *Annual Review of Economics*, 12(1), annurev-economics-081919-022924. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-081919-022924>
- Rodrik, D. (2020). Why Does Globalization Fuel Populism? Economics, Culture, and the Rise of Right-Wing Populism. *The Economic Journal*. Harvard, June.
- Romero, J. A., & Berasaluce, J. (2018). Corea y México. In *Corea y México*. El Colegio de México. <https://doi.org/10.2307/j.ctv4g1r9j>
- Romero, J., & Julen-berasaluce, I. (2019). *Estado Desarrollador. Casos exitosos y lecciones para México* (primera ed). El Colegio de México.
- Saucedo, E., Rullán, S., & Villafuerte, L. (2015). Hierarchical capitalism in Latin America: Comparative analysis with other economies. *Dubrovnik International Economic Meeting*, 2(1), 370–387.
- Schneider, B. R. (2007). *Comparing Capitalisms: Liberal, Coordinated, Network, and Hierarchical Varieties*. 1–32.
- Schneider, B. R. (2009). Hierarchical Market Economies and Varieties of Capitalism in Latin America. In *Journal of Latin American Studies*. <https://doi.org/10.1017/S0022216X09990186>
- Schneider, B. R., & Soskice, D. (2009). Inequality in Developed Countries and Latin America: Coordinated, Liberal and Hierarchical Systems. *Economy and Society*, 38(1), 17–52. <https://doi.org/10.1080/03085140802560496>
- Shin, K. (2019). *Neo-Liberal Economic Reform, Social Change, and Inequality in the Post-Crisis Period in South Korea*. 73(1), 89–109.
- Song, C. (2019). *Period Changes in Intergenerational Income Mobility between Welfare State Contexts in South Korea and the United States* [University of Washington]. <http://hdl.handle.net/1773/43746>
- Stierli, M., Shorrocks, A., Davies, J. B., Lluberá, R., & Koutsoukis, A. (2014). Global wealth report 2014. Zurich: Credit Suisse Research Institute (CSRI), October, 64.
- Suisse, C. (2019). Global Wealth report 2019. *Global Wealth Report 2019, by Suisse Group, Credit AG, October*, 37–42.
- Yang, Y., & Greaney, T. M. (2017). Economic Growth and Income Inequality in the Asia-Pacific Region: A Comparative Study of China, Japan, South Korea, and the United States. *Journal of Asian Economics*, 48, 6–22. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2016.10.008>
- Zafirovski, M. (2019). Exploitation In Contemporary Societies: An Exploratory Comparative Analysis. *The Social Science Journal*, 56(4), 565–587. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.09.002>

## ACTUALIDAD EN ASIA 2021-1

# Revitalización regional en Japón



**Suad Fernández Zurita**  
Universidad EAFIT  
[ssfernandz@eafit.edu.co](mailto:ssfernandz@eafit.edu.co)

Después de dos décadas de deflación, el ex primer ministro japonés Shinzo Abe prometió combatir la desaceleración de la economía japonesa por medio de la implementación de tres “flechas” o estrategias: establecer una política monetaria agresiva, una política fiscal más flexible y la implementación de una estrategia de crecimiento denominada “Estrategia de Revitalización de Japón” (PMJHC, 2014). Tras la renuncia de Shinzo Abe, en septiembre de 2020, su sucesor Yoshihide Suga prometió continuar con las reformas de Abe, y prestar atención especial a la implementación de la tercera “flecha” (Kesavan, 2021).

Sin embargo, Japón afronta múltiples obstáculos para revitalizar su economía y, por ende, para el éxito de la estrategia propuesta por Abe. La baja tasa de natalidad y el envejecimiento de la población han disminuido la fuerza laboral y aumentado el gasto social, disparidad que supone un problema para el sistema pensional y el crecimiento de la economía. A su vez, el despoblamiento en Japón conlleva otro factor que afecta el éxito de la tercera “flecha”. Este es la creciente concentración poblacional en el área metropolitana de Tokio de personas provenientes de las áreas rurales que, junto con la baja natalidad, dejan a 49,8 % de los municipios del país en riesgo de desaparecer (Matsuura, 2020).

El área metropolitana de Tokio recibió una población neta de 140.000 personas en el año 2018, de las cuales aproximadamente la mitad eran jóvenes que llegaban a la capital para ingresar a la universidad o para trabajar; por lo tanto, es claro para el gobierno que es indispensable brindar más oportunidades de empleo en las demás regiones del país (The Japan Times, 2019). Para combatir este patrón de despoblamiento de las áreas rurales se creó el *Regional Revitalization Act*, un paquete de leyes que busca asegurar

la calidad de vida y la sostenibilidad de estas áreas mediante la autogestión regional de medidas en favor de la revitalización.

Una de las iniciativas del *Regional Revitalization Act*, que se lleva a cabo para mejorar la actividad económica rural, es el desarrollo y comercialización de especialidades locales que empleen recursos de agricultura, silvicultura, piscicultura y turismo, las cuales se promocionan teniendo en cuenta la opinión de los consumidores. Adicionalmente, se busca que los sectores industriales, académicos, gubernamentales y financieros cooperen en la investigación, la comercialización, el desarrollo de canales de venta y la expansión internacional de las industrias estratégicas regionales.

Otra iniciativa es desarrollar áreas turísticas de talla mundial, para lo cual no solo el gobierno japonés disminuyó en su momento los requisitos para la obtención de la visa de turismo para países del sudeste asiático (Aoki, 2013), sino que también busca crear cooperación entre regiones para segmentar las rutas turísticas por mercado objetivo y publicitarlas en el extranjero (PMJHC, 2014).

Ahora bien, no solo los gobiernos nacional y local de Japón están apoyando la revitalización de las regiones; la Universidad de Estudios Extranjeros de Tokio, por medio del programa *Yamagata Study Tour*, busca contribuir a la revitalización de municipalidades rurales de la prefectura de Yamagata llevando estudiantes nacionales y extranjeros a algunas de estas municipalidades, para ofrecer posibilidades de solución que provengan de personas con distintas experiencias y puntos de vista.

Por medio de una convocatoria se eligen 14 estudiantes que reciben información sobre la prefectura de Yamagata por parte de empleados de la Oficina en Tokio de la prefectura, y además reciben una clase impartida por la agencia de viajes JTB Marketing & Travel sobre los problemas y actualidad del turismo internacional en Japón. Así mismo, el organismo gubernamental Japan External Organization (JETRO) les da una capacitación sobre las medidas gubernamentales para la revitalización de las regiones, el turismo sostenible y los esquemas de expansión a mercados internacionales de los productos locales.

En el año 2020, en la municipalidad de Takahata, seis estudiantes apoyaron la búsqueda de medidas para fomentar el turismo y mejorar la comercialización del sake en los mercados occidentales. Para ayudar a la generación de ideas sobre la exportación del sake local, hicieron un estudio de mercado y un plan de mercadeo; observaron el proceso de producción y escucharon la experiencia de los fabricantes en la exportación del producto y lo que este significa para ellos y la municipalidad. En cuanto a las ideas para el fomento del turismo, visitaron los sitios turísticos locales y dialogaron con los habitantes para entender cómo la despoblación afecta no solo la economía local, sino también la preservación de la cultura. A partir de este trabajo de campo diseñaron un plan turístico definido por nichos para atraer turistas nacionales e internacionales, como una iniciativa que busca preservar las tradiciones de la población local y la creación de empleo (TUFS, s. f.).

Las experiencias adquiridas en Japón en cuanto a la revitalización de regiones pueden ser aplicables, en cierto rango, a países en vía de desarrollo como Colombia, en especial las que buscan desarrollar industrias locales y requieren entender las necesidades del mercado e identificar y añadir valor a los recursos autóctonos, para apoyar el desarrollo de la economía y la creación de empleo. Colombia también presenta una gran concentración de población en las áreas urbanas y una disminución en las áreas rurales. El desdoblamiento de muchas de estas zonas rurales en Colombia, además de tener relación con el conflicto armado, también se encadena con el modelo socio-productivo agropecuario tradicional que no se desarrolla a la par del crecimiento económico del país, lo que expulsa, al igual que en Japón, a la población en edad económicamente activa (Flórez et al., 2015).

El proceso de despoblamiento de algunos países industrializados como Japón, pone en riesgo la sostenibilidad de las comunidades rurales; situación que hace crucial que las instituciones y los actores privados ayuden a las comunidades rurales en el proceso de toma de medidas que prevengan o mitiguen los retos que trae la despoblación, como el desempleo, el decaimiento de la infraestructura, la pérdida de conocimientos ancestrales, etc. Iniciativas como la revitalización de regiones en Japón, que es considerada por el gobierno como vital para combatir el estancamiento de la economía japonesa, pueden convertirse en modelos a seguir en países como Colombia para mejorar la calidad de vida de la población rural.

## Referencias

- Aoki, M. (2013). Relaxed visa program for Southeast Asian visitors starts. *The Japan Times*. <https://bit.ly/3vj76DN>
- Flórez, C. Villar, L. Puerta, N. y Berrocal, L. (2015). El proceso de envejecimiento de la población en Colombia: 1985-2050. *Misión Colombia Envejece*. <https://bit.ly/3vfQht8>
- Kesavan, K. V. (2021). Japan has a new Prime Minister in Suga, but Abe's policies likely to continue. *Observer Research Foundation*. <https://bit.ly/2NayXEY>
- Matsuura, Y. (2020). Regional Revitalization: How the RESAS is Overturning a Downward Trend. *Research Outreach*. <https://bit.ly/30rW5Se>
- Prime Minister of Japan and His Cabinet [PMJHC]. (2014). *Japan Revitalization Strategy: Japan's challenge for the future*. <https://bit.ly/38rmEeM>
- The Japan Times. (2019). *Revitalization Agenda Revisited*. <https://bit.ly/2N3Cuom>
- Tokyo University of Foreign Studies [TUFS]. (s. f.). *About the Yamagata Study Tour*. <https://bit.ly/38pdclY>

## ACTUALIDAD EN ASIA 2021-1

# Nieve de primavera



S-F / Shutterstock.com

**Tatiana Zuluaga**Universidad EAFIT  
azulua44@eafit.edu.co

“Las emociones, en efecto, no siguen un orden fijo. Antes bien, y al igual que las partículas del éter, prefieren revolotear con libertad y flotar eternamente trémulas y cambiantes”.

Yukio Mishima

**María José Guevara**Universidad EAFIT  
mjguevaram@eafit.edu.co

Considerado uno de los mejores escritores japoneses del siglo XX, además de ser reconocido como uno de los más grandes estilistas en lengua japonesa de posguerra, Yukio Michima se conoce por un estilo en el que combina la estética moderna con el tradicionalismo japonés. Sus obras se distinguen por abordar temas polémicos, desde la sexualidad a la muerte, en las que no se limitó a ser un escritor revolucionario, sino que también se encargó de respaldar el nacionalismo, pues era un defensor del imperialismo japonés.

*Nieve de primavera* se encuentra entre sus obras más conocidas, la primera novela de la tetralogía *El mar de la fertilidad*. Mishima, un nacionalista de derecha, estaba en desacuerdo con la occidentalización; y esta novela es considerada un testamento ideológico y literario de su parte. En ella plasmó su inconformidad y rebeldía contra la sociedad japonesa, que consideraba sumida en la decadencia moral y espiritual.

Esta es una novela romántica situada en el fin de la era Meiji japonesa. El libro nos relata el amor apasionado entre dos jóvenes, Kiyooki Matsugae, más conocido como Kiyo, y su amada, Satoko Ayakura; este amor, representado, como lo indica el título, por la nieve de primavera: después de acumular tantos sucesos durante la historia, la nieve se revela al final.

Aunque ha convivido desde muy niños, este es un amor prohibido: Satoko está comprometida con el Príncipe Imperial y no puede dejar ese compromiso así haya amado desde siempre a Kiyooki, lo que desenlaza una tragedia: ella se retira como devota del budismo y él muere.

Satoko, dos años mayor que Kiyo, siempre ha profesado amor por este, él lo ha sabido, pero desprecia ese amor, piensa que ella lo ha manipulado y ha hecho con él lo que le plazca. Kiyooki, hijo de un Marqués, al principio de la novela se muestra como un muchacho orgulloso, reservado y extraño, difícil de descifrar; pero en un momento deja todo su ego y vengaza, por el amor que descubre hacia Satoko: deja sus creencias atrás, rompiendo los estigmas y reglas de la sociedad. Este amor prohibido de ambos los lleva a su destrucción, es un amor que no solo los afecta a ellos sino a todos sus familiares y amigos (la sociedad) por el embarazo de Satoko.

Los otros personajes clave de la novela, que afectan los comportamientos de ambos personajes principales son Shigekuni Honda, único amigo de Kiyooki, y Tandeshima, sirvienta de Satoko, que hace todo lo que sea por ella incluso si esto la lleva a su muerte.

El final de la novela es muy triste: los personajes no quedaron juntos, Honda estuvo siempre apoyando a Kiyooki hasta el momento de su muerte y Satoko nunca dejó la promesa que le hizo a la abadesa del convento de que no volvería a encontrarse con Kiyooki y renunciar al mundo.

La novela nos centra en el plano ideológico, la división entre el viejo y el nuevo Japón, el cual comienza su occidentalización con la restauración Meiji. Enfrentamiento con el que Mishima se obsesionó a tal punto, que fue la causa de su muerte: cometió suicidio para dar fe de toda una estética literaria e ideológica. En cada capítulo Mishima presenta su personalidad y opinión frente a la cultura japonesa, lo cual no solo hace en este escrito, sino en todas sus producciones, dejando así un gran legado.

## Referencias

- Peña, B. (22 de 01 de 2021). *PsicoActiva*. Obtenido de <https://www.psicoadictiva.com/blog/frases-celebres-de-yukio-mishima/#:~:text=Las%20emociones%2C%20en%20efecto%2C%20no,sacrificar%20la%20existencia%20del%20esp%C3%ADritu%3F>
- M.G., D. (26 de 06 de 2019). *Estudio de Manga*. Obtenido de <https://estudiodemanga.wordpress.com/2019/06/26/tesena-de-nieve-de-primavera-yukio-mishima/>
- Wikipedia. (23 de 02 de 2021). *Wikipedia*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Yukio\\_Mishima](https://es.wikipedia.org/wiki/Yukio_Mishima)
- Borges, L. C. (26 de 12 de 2019). *Cultura Inquieta*. Obtenido de <https://culturainquieta.com/es/pensamiento/item/15755-yukio-mishima-escribir-hasta-la-muerte.html>

## ACTUALIDAD EN ASIA 2021-1

# Reseña de la película *El tigre y el dragón*



**Samuel Botero Castrillón**

Universidad EAFIT  
sboteroc@eafit.edu.co

Título de la película: El tigre y el dragón

Director: Ang Lee

Año: 2000

*El tigre y el dragón* (chino simplificado: 卧虎藏龙; Pinyin: wò hǔ cáng lóng; traducción literal: Tigre agazapado) es una película de artes marciales dirigida por Ang Lee y escrita por Wang Hui-Ling, Kuo Jung Tsai y James Schamus hecha en China. Es un filme del género Wuxia (chino simplificado: 武侠) que hace referencia a las historias de los héroes o caballeros de las artes marciales, temática de gran popularidad y vigencia en medios de entretenimiento chinos.

La historia está basada en el cuarto libro del escritor Wang Dulu, de su serie de novelas conocidas como "Pentalogía de Hierro". La película debutó en el año 2000 y fue nominada a múltiples premios, entre ellos los Óscar de 2001, llevándose a casa las estatuillas por mejor película extranjera, mejor banda sonora, mejor fotografía y dirección artística. El *filme* contó con la participación de los actores Chow Yun-fat, Michelle Yeoh, Zhang Ziyi, Chang Lung, entre otros. Hay que destacar que estos actores cuentan con un gran reconocimiento dentro del cine asiático.

La película está escenificada en el periodo de la dinastía Qing. Narra la historia de Li Mu Bai (Chow Yun-fat), un conocido héroe y guerrero quien tiene una estrecha relación con Shu Lien (Michelle Yeoh). Ambos personajes comparten una notable y admirada habilidad en las artes marciales, hecho que les otorga reconocimiento en las altas posiciones de la jerarquía social. De igual manera, estos personajes comparten un sentimiento de amor y respeto mutuo. Sin embargo, por sucesos del pasado, mantienen una prudente distancia en su relación, la cual los deja en una posición meramente de amistad.

Desde el punto de vista estructural del filme, la historia comienza escenificando el robo de la espada *Destino Verde*, la cual pertenece a Li Mu Bai. Este suceso permite conocer a la joven mujer, hija de un aristócrata manchú, Jen Yu (Zhang Ziyi). Ella experimenta una lucha interna entre sus deseos y la vida que sus padres habían elegido para ella. Posteriormente este personaje da a conocer sus grandes habilidades en las artes marciales, característica que mantenía oculta dada su posición social. Estas destrezas las obtuvo gracias al entrenamiento que recibió de un personaje conocido como la Zorra de Jade, cuyos antecedentes la hacían blanco de adversarios en busca de venganza, obligándola a esconder su identidad y vivir bajo la protección de la familia de Jen Yu.

La película desarrolla escenas de acción basadas en legendarias técnicas de artes marciales chinas. Estas sin duda llaman la atención por la peculiar coreografía realizada durante los enfrentamientos, en la cual los personajes demuestran habilidades un tanto exageradas, y a mi parecer cómicas, que les permiten momentáneamente combatir suspendidos en el aire o enfrentar múltiples adversarios a la vez. Estas características son obra de Yuen Wo-Ping, renombrado coreógrafo de las artes marciales que ha trabajado en películas como *Máster Z: Ip Man Legacy* y *Kill Bill: la venganza volumen I y II*. En las escenas de acción llama la atención la participación de los actores; que en *El tigre y el dragón* son mayoritariamente realizadas por ellos mismos, comprometiendo su integridad física, sin apelar a la figura de los dobles, tan común en la industria cinematográfica. Esto señala, a mi parecer, un mayor compromiso del reparto con el filme, y permite mostrar una mayor variedad de planos con acercamiento a los protagonistas durante las escenas de acción, transmitiendo con mayor claridad las emociones del momento.

Esta película, además, permite apreciar características de la cultura y tradición histórica china, gracias a diversos factores del arte y la producción. Entre estos aspectos se encuentran los ideales y códigos de honor integrados a los personajes y a la época, como los valores del confucianismo: el respeto a la autoridad y a los roles de la jerarquía social, presentes en los diálogos a partir del uso de términos de respeto y formalidades propias de la cultura. El vestuario destaca aspectos culturales, costumbres y roles de la época que narra la película. Gracias a los atuendos y peinados, pueden diferenciarse la nobleza, los funcionarios públicos, guerreros y ladrones, además son elementos a partir de los cuales logran hacer una clara y acertada composición de cada personaje.

Tim Squyres, encargado de la escenografía y el montaje, hace uso de los planos abiertos para transmitir el contexto de la época y todos los elementos que componen las escenas. De esta manera ubica al espectador en diversos ambientes en los que se desarrolla la historia, desde escenarios con paisajes desérticos que nos transportan a la ruta de la seda, hasta bosques de bambú, cascadas y enormes templos que hacen referencia a la estética de la cultura Han.

Aunque la película cuenta con un gran número de escenas de acción y su género es artes marciales, en el desarrollo se observa una comparación entre los protagonistas y dos historias de amor esenciales para la composición de la narrativa. Ambas enfrentan diferentes circunstancias y obstáculos,

pero cuentan con la característica de ser un “romance prohibido” debido a los valores y normas sociales de la época.

Otro elemento, que bien vale la pena resaltar, es la constante presencia del color rojo, ya sea en el vestuario o en la escenografía, integrado en elementos decorativos. El rojo es emblemático en la cultura china ya que simboliza la buena suerte y la belleza. En el contexto de los personajes, el rojo se utiliza para intensificar las emociones, como la pasión y la fuerte conexión sentimental que encarnan los protagonistas.

En mi opinión, *El tigre y el dragón* es una película que sin duda cautiva a los admiradores del cine chino y de la tradición en artes marciales de esta región. Los planos generales compuestos por una escenografía fiel a la época de la dinastía Qing y una buena dirección de fotografía, atrapan al observador dentro de una historia que contiene múltiples características: apasionantes historias de amor, escenas de acción compuestas por técnicas de artes marciales y elementos de fantasía referentes a la China de la época Qing. Para aquellas personas que apenas están adentrándose en el mundo del cine asiático, esta película puede ampliar su interés y curiosidad respecto a la temática de artes marciales y la historia china, ya que su temática no es compleja o pesada. Finalmente puedo decir que *El tigre y el dragón* es una opción de entretenimiento que atrapará al observador en un mundo histórico, con toques ficticios, muy diferente al mundo occidental que normalmente vemos en las películas.

## ACTUALIDAD EN ASIA 2021-1



# Seoul Food & Hotel: la feria internacional que posiciona empresas del sector de alimentos y hotelería

>>> **María José Gaviria Toro**  
Universidad EAFIT  
[mjgaviriatt@eafit.edu.co](mailto:mjgaviriatt@eafit.edu.co)

A partir del 27 de julio de 2021 y hasta el 30 del mismo mes se llevará a cabo, en el Korea Exhibition Center, en la ciudad de Goyang, el evento Seoul Food & Hotel, la feria internacional de alimentos y hostelería más grande de Corea. Esta nace en 2003 de la unión de la Food & Hotel Korea y de la Seoul Food, ferias que, si por separado eran grandes, ahora no tienen competidores en términos de dimensión y cantidad de expositores. En la actualidad esta es la exposición número uno en el mundo: solo este año, el estimado de los participantes que acogerá es de aproximadamente 1.560 expositores y 50.400 visitantes de más de 40 países.

Seoul Food & Hotel es reconocida por pertenecer a lo que en el campo del mercadeo se conoce como negocio *business to business* (B2B), modelo en el que la prestación de servicios se da entre dos empresas, relacionándose directamente con el comercio mayorista. En este caso, la feria es coordinada por la organización gubernamental Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA), encargada de promover actividades de inversión y comercio entre Corea y otros países, y por la empresa, líder mundial, InformaMarkets, comprometida con la creación de plataformas innovadoras para más de 550 eventos y empresas que buscan crecer económica y comercialmente.

Durante estos días los pabellones del centro de exhibiciones se convier-

ten en una de las plataformas comerciales más eficaces para el apoyo de la industria alimentaria y hotelera en el país. Quienes visitan el evento tienen la posibilidad de obtener productos de primera calidad y junto a expertos conocer las tendencias mundiales de ambas industrias en 21 categorías: carne, vino, lácteos, productos frescos, snacks, bebidas, comida de mar, alimentos Halal, ingredientes orgánicos, aceites comestibles, té y café, panadería y pastelería, cerveza, comida procesada, congelados, logística para la cadena de frío, equipos y tecnologías, hotel y diseño interior de restaurantes.

Tradicionalmente, en la Seoul Food & Hotel también tiene lugar el desafío culinario coorganizado por Korea Chefs Association (KCA) y patrocinada por Worldchefs. La competencia cuenta con reglas y procedimientos globales y estandarizados que permiten un nivel justo entre los competidores internacionales. Estos participan de clases magistrales y deben presentar tres aperitivos, tres platos fuertes y tres postres. Pese a que el desafío era uno de los atractivos principales de la feria, este año, debido a la contingencia y a las normas de salubridad por el covid-19, fue cancelado en aras de proteger a la población de más contagios.

En 2019 fue creado el nuevo gran atractivo de la feria, un pabellón dedicado especialmente a las bodegas de vino que aún no participan en el mercado coreano. En este pabellón se reúnen los expertos en la materia, incluidos importadores, distribuidores, minoristas, hoteles y restaurantes, para descubrir nuevos y diferentes vinos. A este lo precede un seminario informativo liderado por Korea Wine Association.

Es un evento exclusivo, en el que solo pueden participar quienes hagan parte del campo profesional del sector o sean comerciales de este. No se permite la entrada a menores de 18 años ni al público general que quiera participar de este como actividad de ocio. Aquellos interesados pueden hacer un proceso de registro previo en la página web oficial de la feria o pagar 20.000 KRW, aproximadamente 17,5 USD, en el lugar.

Finalmente, para quienes deseen participar como expositores en la feria es recomendable visitar el sitio web <http://www.seoulfoodnhotel.co.kr/exhibitor/01.php> para informarse sobre los tres tipos de pabellones disponibles y las diferencias de precios y beneficios de cada uno de ellos.

A dark blue silhouette map of the Asia-Pacific region, showing the outlines of continents and islands. The map is centered on the Pacific Ocean, with Asia to the north and west, and Australia and New Zealand to the south and east.

**UNIVERSIDAD**  
**EAFIT**<sup>®</sup> | Centro de estudios  
**Asia Pacífico**