

Un gran gol diplomático y empresarial

Description

Unos días después de que el Barça ganase su sexta copa, los surcoreanos marcaron en Abu Dabi el mejor gol económico de su historia. El presidente Lee Myung-bak viajó a esta capital para apoyar el proyecto de la empresa KEPCO para construir 4 reactores nucleares en los Emiratos Árabes Unidos. Se logró un fabuloso contrato de 20.000 millones \$, al que también optaban Francia, Japón y EEUU. Un enorme éxito diplomático para un país que apostó por la energía nuclear en los años 60. Lee Myung-Bak tiene una gran experiencia empresarial y un amplio conocimiento del marco económico internacional.

Corea del Sur ha sido uno de los primeros países de la OCDE en salir de la crisis. Su economía puede crecer un 4,5 % en 2010. Es la 14ª economía mundial y la 6ª tenedora de divisas mundiales. Es la 9ª exportadora y obtuvo un superávit comercial de 43.000 millones \$ en 2009. Los productos surcoreanos, con una alta calidad a precios competitivos se imponen en los mercados. Unos datos objetivos que valen más que mil discursos retóricos. ¿Cómo explicar estos logros?

El país no tiene recursos naturales e importa el 97 % de los energéticos. Pero dispone de un recurso decisivo, un gran capital humano que valora el esfuerzo personal y colectivo y la educación de los jóvenes. En pocas décadas ha transitado de una sociedad rural y subdesarrollada a una industrial y del conocimiento. Ahora se impulsan nuevos sectores industriales, servicios, infraestructuras y tecnologías para asegurar un crecimiento sostenible y, lo más importante, crear empleo. Otro factor determinante: Se apostó por la internacionalización. El Gobierno desarrolla una trepidante y eficaz política exterior con un fuerte componente "económico", como estrategia para apoyar la expansión comercial e inversora de las empresas coreanas en el exterior. Y apoyar a las empresas, grandes y PIMES, significa crear y mantener sus puestos de trabajo.

En un mundo cada vez más interdependiente, los auténticos actores de la acción exterior son las empresas, las universidades y centros de i+d y otras entidades sociales, culturales y deportivas. Es la calidad de los empresarios, profesionales y trabajadores la que sustenta la competitividad y la imagen exterior de un país. También la productividad y la eficacia del sector público. Este debe apoyar las iniciativas del sector privado y de los agentes económicos y sociales con voluntad, dimensión y capacidades para internacionalizarse.

Debemos redoblar esfuerzos para una decidida acción exterior en Asia, el nuevo centro y motor de la economía mundial. Solo corregiremos nuestro gran déficit comercial abriendo nuevos mercados. Nuestros principales competidores son y serán asiáticos. Mientras aquí aún discutimos el modelo energético, los surcoreanos exportan reactores nucleares. Mientras España aún busca asegurar su silla en el G20, Corea del Sur ya es miembro de pleno derecho y organizará en noviembre la próxima cumbre del G20 en Seúl. Otro gran gol diplomático y económico.

[Acceso ao artigo orixinal no repositorio web 1998-2012](#)

APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

Península Coreana ARQUIVO

IDIOMA

Galego

Date Created

Marzo 11, 2010

Meta Fields

Autoria : 3725

Datapublicacion : 2010-03-11 00:00:00