

## ¿EL COMERCIO EE.UU. - JAPÓN NECESITA UN ENFRENTAMIENTO CON LA REALIDAD?

Por **PETER F. DRUCKER**

**Los japoneses no llevan la delantera a causa de su fuerza, sino a causa de su debilidad política. Las áreas de su economía más altamente protegidas son anticuadas, de-alto-coste, y están "entablilladas".**

Las negociaciones comerciales con Japón son parte importante del programa de la administración entrante. Pero producirán sólo frustración, a menos que EE.UU. afronte algunas realidades impopulares.

**1. Las concesiones comerciales que EE.UU. necesita de Japón no están allí donde las busca una gran mayoría, incluyendo mucha gente de la administración y del Congreso.** No se encuentran en los productos manufacturados ni agrícolas. Desmantelar barreras a la entrada de artículos manufacturados es improbable que produzca ventas sustanciales. Y si lo hiciera, el impacto en el empleo y en la balanza comercial podría incluso ser negativo, porque el Japón es, con mucho, el mayor comprador extranjero de productos de marca americana.

Los artículos americanos tienen una participación del mercado japonés, que es alrededor del doble per capita que la que los artículos producidos por compañías japonesas tienen del mercado americano. Las marcas japonesas son líderes en el mercado de EE.UU. en coches, electrónica de consumo y cámaras fotográficas; los artículos de marca-americana tienen liderazgo en Japón en ordenadores y software, bebidas no-alcohólicas, chocolates, instrumentos clínicos y de análisis, y productos farmacéuticos.

No obstante, la mayoría de artículos de marca estadounidense que se venden en Japón, más que importados, están producidos allí. Son fabricados por subsidiarias de compañías de EE.UU. -cada vez más, controladas al 100% y no joint ventures- que tienden a comprar su maquinaria y herramientas a EE.UU., creando así exportaciones de elevado valor y empleos americanos bien-pagados.

Reemplazar estas marcas-de-EE.UU. hechas-en-Japón -ordenadores IBM, por ejemplo, o chocolates Mars o antibióticos Merck- por exportaciones de EE.UU. es casi todo cuanto se lograría con la supresión de las barreras a la entrada de productos americanos. No significaría ni más empleos americanos ni un menor déficit comercial.

**2. La principal preocupación de la política comercial americana con relación a Japón debe ser la conservación de nuestras exportaciones agrícolas.**

Japón es, con mucho, el mayor importador de productos agrícolas estadounidenses y el único gran comprador que paga la totalidad del precio, y en dinero efectivo. Por más que no hay un sólo producto cultivado-en-América que Japón no pudiera obtener de cualquier otra parte, a precio igual o más barato. Hasta ahora, ha estado comprando a EE.UU. a fin de proteger sus exportaciones a América. Pero en los próximos años Japón tendrá grandes tentaciones de usar el señuelo de las compras agrícolas al negociar con la Comunidad Europea -y la CEE está desesperada por hallar mercados para sus crecientes excedentes agrícolas y más que dispuesta a subvencionar las exportaciones agrícolas-.

Tiene sentido que EE.UU. trate de derribar las barreras que los japoneses ponen a la carne vacuna y a los productos alimenticios -artículos en los que EE.UU. es líder y para los cuales existe gran demanda japonesa-. Pero es contraproducente perder poder de negociación a causa de productos de menor importancia, la piña, por ejemplo, o los frutos cítricos, y totalmente necio presionar para la entrada de arroz americano. De hecho, el mantenimiento de la prohibición japonesa al arroz extranjero y el alto precio del arroz nacional es algo que va mucho en interés de América. Las papilas-del-gusto japonesas prefieren mucho más el arroz a cualquier otro cereal. Es solamente el alto precio del arroz lo que induce a las amas-de-casa japonesas de Tokio a comprar trigo americano en su lugar. Asimismo, en Japón hay excedente de arroz nacional -el alto precio es consecuencia del monopolio gubernamental-.

### **3. Pero sí tiene sentido presionar a los japoneses para que hagan concesiones en cuanto a servicios.**

Las barreras japonesas a la entrada de lo extranjero son en extremo altas, mientras que en EE.UU. hay pocas barreras a la entrada de servicios de Japón (por ejemplo, banca). Dondequiera que a los americanos se les haya permitido la prestación de servicios en Japón, sea en transacciones en moneda extranjera, comida rápida, suscripción de bonos, seguros, mantenimiento-de-edificios a-gran-escala, o personal temporal, han tenido éxito, al tiempo que mejoraban sustancialmente los niveles y la calidad. Y hay grandes -pero en gran parte cerradas- oportunidades en información, construcción, y transportes. Sin embargo, ni la opinión pública ni la prensa prestan demasiada atención a los servicios, por lo que el gobierno no los considera de alta prioridad.

**4. El método, así como el contenido de nuestra política comercial con respecto a Japón, necesitan un nuevo enfoque.** Los japoneses no llevan la delantera a causa de su fuerza, sino a causa de su debilidad política. Las áreas más altamente protegidas de la economía de Japón -distribución minorista, granjas, servicios financieros- son anticuadas, de-alto-coste y están "entablilladas" como ocurre siempre con las industrias protegidas.

Sin embargo, esos sectores tienen incluso más poder político que sus homólogos americanos, por ejemplo, los cultivadores de tabaco y el puñado de cultivadores de azúcar de remolacha allá en Colorado.

Proporcionan el dinero para los crecientemente codiciosos partidos políticos, -desde fuera se contempla muy bien esta realidad en el escándalo sobre el mercado de valores que se vive estos días-. A los funcionarios del gobierno japoneses no les agradan nada los extranjeros, aunque no sea por otra cosa que el hecho de que no les pueden controlar con facilidad.

No obstante, precisan de presiones para forzar el cambio en sus propios grupos de intereses, tan políticamente poderosos. Pero ellos no pueden "negociar", han de "verse obligados"; han de poder decir "hemos sido forzados". Y no pueden hacerlo con frecuencia -una vez al año, dos, todo lo más-.

Estados Unidos debe meditar bien su estrategia, en lugar de reaccionar a cada una de las quejas de la industria americana. ¿Cuál es la principal gran concesión económica que queremos realmente conseguir de Japón este año?. ¿Y qué exigencias vamos a plantear, con el único propósito de desistir de ellas graciosamente?. ¿Cómo diremos "no" a los reclamantes americanos domésticos cuyas demandas no hacen más que debilitar la posición negociadora de EE.UU.?. ¿Y cómo evitaremos ser utilizados por los japoneses para sus propios fines, como están haciendo ahora usando la petición de acceso al mercado del arroz para conseguir apoyo en un mayor control por parte del gobierno y para justificar políticamente sus exorbitantes subvenciones al arroz (sin la menor intención, naturalmente, de dejar entrar arroz americano)?.

**5. Finalmente, el principal problema para la política comercial americana en los próximos años no va a ser Japón; será la Comunidad Europea.** Debemos evitar que se convierta en una "Fortaleza Europea". Aunque esto es precisamente lo que muchos políticos y hombres de negocios europeos tienen en mente. Ellos ven en la unificación económica europea el camino a seguir para alcanzar el viejo objetivo del General de Gaulle: Una Europa sin americanos.

En Europa tienen un gran temor a los japoneses; si se les permite la libre entrada, los automóviles japoneses y la electrónica de consumo japonesa tendrían, sin duda, una mayor porción de mercado europeo que la que tienen del mercado americano. Pero existe el peligro de que este miedo sea manipulado para poner barreras a productos, servicios e inversiones provenientes de América. De hecho, el modo en que se establezcan nuestras relaciones comerciales con el Comité Económico Europeo en estos próximos años está llamado a determinar cuáles serán nuestras relaciones económicas con Japón; puesto que los nuevos fundamentos para relaciones económicas internacionales saldrán de las negociaciones entre EE.UU. y Europa, y no de las negociaciones entre EE.UU. y Japón.

De acuerdo con la "reciprocidad" -el término de moda en Europa- EE.UU. disfrutaría de una sólida posición; nuestros mercados -para bienes, servicios e inversiones- son en conjunto algo más abiertos que los de muchos países europeos.

Y, si el principio que se estableciera fuese la "reciprocidad" tendríamos también la más sólida posición posible cara a nuestras relaciones con Japón.

Una posición que sería la más favorable para los intereses económicos americanos y para las creencias económicas americanas.

Publicado:

THE WALL STREET JOURNAL

10, Enero, 1989