

Triangulación Corea-España-América Latina: Modelos de Alianza Estratégica en un Tercer Mercado

WON-HO KIM*

INTRODUCCIÓN

El mundo experimenta un fenómeno inexplorado en la historia de la humanidad en forma de globalización. Los historiadores señalan que la expansión europea al resto del globo durante los siglos XIV y XV fue la primera globalización, considerada por los politólogos como la armonización de valores entre diferentes países. Los economistas interpretan, sin embargo, la primera ola de liberalismo del siglo XIX como su antecedente inmediato. Los pensadores prevén un auge del cosmopolitismo en cuanto a la mezcla y fusión de diferentes culturas humanas. Pero desde el punto de vista de los empresarios, la globalización proporciona claramente ventajas a sus empresas para maximizar sus intereses económicos, trascendiendo las fronteras y explorando oportunidades que siguen reproduciéndose en los mercados interconectados. En esta red de mercados contemporáneos, el exitoso hombre de negocios debe saber decidir dónde, cómo, y para quiénes invertir, producir y vender sus artículos y servicios.

Otro fenómeno en paralelo al comercio internacional es la alianza estratégica entre compañías, empresas, países y bloques regionales. Estimuladas por los arreglos regionales derivados del movimiento de integración económica europea desde los 1950s, las alianzas empresariales han llegado a ser una forma de incrementar la competitividad del sector privado. Las inversiones conjuntas, la investigación y desarrollo (I+D),

* Profesor, Escuela de Postgrado de Estudios Internacionales, Universidad Hankuk de Estudios Extranjeros; Presidente, Asociación Coreana de Estudios Latinoamericanos; Presidente, Asociación de Estudios Latinoamericanos de Asia y de Oceanía. drwhkim@yahoo.com

las operaciones conjuntas, fusiones y adquisiciones son temas de alto interés en las empresas globalizadas.

Este trabajo sobre la relación económica entre Corea y España se plantea a partir de ese marco del entendimiento de la globalización y su implicación para las empresas contemporáneas. Aunque en la actualidad la relación económica entre Corea y España es limitada, a pesar de ser dos economías importantes en el mundo, el presente trabajo intenta proponer una nueva dirección para la expansión de esas relaciones. Particularmente, intenta explorar sus relaciones individuales con las economías de América Latina para proponer nuevas oportunidades de triangulación entre Corea, España y la región latinoamericana como el método experimental de promover el nivel de relaciones comerciales bilaterales entre los países hacia el nivel más desarrollado y sofisticado en la era de globalización.

Este estudio es oportuno porque altos funcionarios de ambos países conversaron sobre el mismo tema en octubre de 2006, y lo adoptaron como tema oficial de la Cumbre bilateral para febrero de 2007. Aunque uno puede tener un gran escepticismo sobre triangulación, hay dos factores mínimos entre otros que lo capacitan. Primero, es un interés nacional de España para triangularse con América Latina y Asia-Pacífico. España, que ha enfocado sus relaciones con América Latina, el Mediterráneo y Europa, ahora intenta explorar oportunidades en Asia, y utiliza sus vínculos existentes con América Latina a modo de ventaja para penetrar en nuevos mercados asiáticos. El interés español es claro, ya que Asia tiene una importancia cada vez mayor, además de tener una necesidad de diversificar sus relaciones internacionales. Esta estrategia nacional se planteó en Plan Asia-Pacífico de 2000-2004, y de 2005-2008 (Real Instituto Elcano 2006). El segundo factor es el interés mutuo en las economías latinoamericanas y la alta complementariedad de la competitividad entre Corea y España. El tema de la triangulación fue estudiado y presentado de acuerdo con los Plan Asia-Pacífico de 2000-2004, y de 2005-2008, por Pablo Bustelo y José A. Sotillo (2002), Manuel Montobbio (2003), y Jacinto Soler Matutes (2007). Álvaro Hidalgo Vega (2007) también intentó explorar el tema dentro del marco de relaciones económicas bilaterales entre España y Corea. Pero todavía no hay investigaciones concretas de ese tema para Corea y España.

En primer lugar vamos a explorar la actual relación comercial entre Corea y España para deducir la agenda bilateral. Después, se compararán las relaciones económicas de Corea y España con América Latina, particularmente con los cuatro países principales de la región. Y, por último, se proponen las formas de triangulación por las dos economías en el mercado latinoamericano.

LA RELACIÓN ECONÓMICA BILATERAL E IMPLICACIONES

Corea y España, en cuanto a la dimensión de sus economías se encuentran, respectivamente en el 11° y 8° lugar a nivel mundial. Mientras que ocupan el 11° y 12° lugar en cuanto al tamaño comercial. Corea ha pasado de ser uno de los países más pobres del mundo en los años sesenta a uno de los más dinámicos e industrializados gracias a la inversión en recursos humanos, I+D y alta tecnología. España, desde su adhesión a la Comunidad Europea (CE) ha logrado un rápido crecimiento económico y, recientemente, su tasa de crecimiento económico ha sido dos veces mayor al promedio de la Unión Europea y tres veces mayor al promedio de la zona euro. En base al continuo crecimiento, España ha promovido una activa expansión en el extranjero logrando que su inversión extranjera directa que se posiciona en el 4° lugar a nivel mundial.

Sin embargo, durante el año 2006 la exportación de Corea a España fue de 3,4 mil millones de dólares, frente a las importaciones desde España a Corea de 778 millones de dólares. Esto muestra un extremado desequilibrio comercial. Los principales productos exportados de Corea a España son automóviles de uso particular, teléfonos móviles, barcos, refrigeradores, televisores de color. España exporta productos como aceite vegetal, componentes de automóviles, productos farmacéuticos, azulejos y carne. Después de haber registrado un déficit comercial en 1994, el comercio entre Corea y España registró continuamente un superávit a favor de Corea. Esta característica del comercio inter-industrial es tan semejante al tipo de comercio norte-sur que se necesita revisar los potenciales de las dos economías como socios reales.

Por otra parte, las inversiones de ambos países son injustificablemente pequeñas. De las inversiones coreanas en la Unión Europea solamente el 2,04% fue invertido en España; y de las inversiones españoles en Asia y Oceanía, solamente el 1,5% fue invertido en Corea. En rela-

ción con las inversiones coreanas en España, hasta diciembre del 2006, el número de declaraciones fue de 30 y la cantidad declarada ascendió a \$207.447 mil. Al ver los sectores donde se invirtió, la mayoría se centró en el sector comercial al por mayor y por menor y en la industria manufacturera. Después vienen servicios, el sector hotelero y de restauración, la pesca, agricultura y selvicultura, y el sector de almacenamiento y transporte, en ese orden. De las inversiones españolas en Corea, entre 1962 y 2006 el número de declaraciones fueron de 67 y la cantidad declarada fue sólo de \$128.160 mil. Estas cifras denotan una relación económica muy restringida.

Existen varios métodos para promover las relaciones económicas entre ambos países: promoción comercial, Tratado de Libre Comercio, inversiones, etc. Entre otros, se plantea en este trabajo una alianza estratégica para penetrar en terceros mercados de alto dinamismo como una nueva y significativa solución para promover las relaciones económicas entre Corea y España. Estos mercados serían: Asia del Este, Europa, África del Norte y América Latina. En este sentido, la triangulación puede convertirse en una agenda tanto política como económica. A las compañías españolas Corea les podrá servir de plataforma para otros mercados asiáticos mientras mantenga activa su política de integración económica regional. En cambio, el interés de Corea se concentra en América Latina como tercer mercado.

ANÁLISIS DE LAS RELACIONES COMERCIALES CON AMÉRICA LATINA

Desde principios de la década de los noventa, Corea ha mantenido una presencia dinámica en los mercados latinoamericanos, principalmente gracias a la liberalización de los mercados locales y a la competitividad de los productos manufacturados coreanos. Al mismo tiempo, las grandes compañías coreanas invirtieron en la región al principio para conseguir más eficiencia al penetrar en el mercado norteamericano, aprovechando los arreglos regionales como la *Caribbean Basin Initiative* (CBI) y el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (NAFTA). Más tarde Corea se interesó por los mercados locales crecientes y recientemente por la seguridad en el acopio de recursos naturales (Kim 1999). Pero, debido a que ha comenzado a participar tardíamente, se ha enfrentado a grandes limitaciones. Al contrario, España tiene relaciones

privilegiadas con la región y, desde su integración a la entonces Comunidad Europea, ha sido el motor de importantes iniciativas europeas hacia la región. España tiene una importante vinculación con el idioma, la cultura latinoamericana y con la red humana. Además, España cuenta con una gran experiencia en las diferentes áreas comerciales. Por otra parte, en comparación con la débil industria manufacturera española, Corea ofrece una ventaja técnica en diferentes industrias debido al dinamismo de la industria manufacturera.

Mientras tanto, Corea y España comparten la concentración en Latinoamérica por sus exportaciones. En España el porcentaje que ocupan las exportaciones a Latinoamérica se sitúa entre el 4,5 y el 6,5% de las exportaciones totales en la última década, siendo el mayor porcentaje entre los países europeos. De la misma manera, en Corea, el porcentaje que ocupan las exportaciones a Latinoamérica se encuentra entre 4,5 y 6,5% también en el mismo período, siendo el más alto entre los países de Asia Pacífico. Esto muestra que a ambos países les importa el mercado latinoamericano más que a todos los otros países de su región. Sin embargo, la diferencia radica en que España sufre un déficit comercial en su comercio con la región mientras que Corea disfruta de un superávit comercial.

Estos aspectos favorecen la complementariedad. Siendo dos países con una economía similar y con un gran peso comercial en la región, la cooperación mutua entre ambos es posible. Es necesaria una estrategia que deba mostrar ciertas sinergias. Para un análisis más detallado hay que acudir a los estadísticas comerciales entre Corea, España y los cuatro mayores socios comerciales en la región: Argentina, Brasil, Chile y México. Esta revisión incluye los datos comerciales para identificar sus características comerciales. (Puede haber incompatibilidades entre exportaciones de un país A a otro país B e importaciones por un país B desde un país A. Esas discrepancias se producen debido a diferencia entre distintos años de partida y llegada o por discrepancias entre el destino registrado y el real, etc.)

Cuadro 1. Exportaciones totales de los países presentados en vertical a los países recogidos en horizontal. (2006, \$millón)

	COREA	ESPAÑA	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	MEXICO	OTROS	TOTAL
COREA	-	3.140	306	2.870	1.429	5.845	283.090	296.680
ESPAÑA	641	-	678	1.402	685	3.738	205.383	212.527
ARGENTINA	432	1.824	-	8.132	4.404	1.519	30.144	46.455
BRASIL	1.962	2.324	11.714	-	3.896	4.440	113.964	138.300
CHILE	3.405	1.380	769	2.758	-	2.288	46.699	57.299
MEXICO	464	3.270	952	1.147	905	-	243.259	249.997
OTROS	274.574	316.320	16.708	78.742	22.912	192.774	-	10.959.842
TOTAL	281.478	328.258	31.127	95.051	34.230	210.603	10.980.353	11.961.100

Fuentes: IMF-DOT.

Cuadro 2. Los principales productos exportados desde los países presentados en vertical a los países recogidos en horizontal. (2006, SITC 3 dígito)

	COREA	ESPAÑA	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	MEXICO
COREA	-	Coches	Televisiones	Equipos de Telecomunicación	Aceites de petróleo	Equipos de Telecomunicación
ESPAÑA	Componentes de vehículos	-	Componentes de vehículos	Equipos de Aeronaves	Vehículos de transporte	Productos derivados del petróleo
ARGENTINA	Cobre	Alimentos para animales	-	Harina	Petróleo	Vehículos de transporte
BRASIL	Hierro	Semilla de aceite	Coches	-	Petróleo	Coches
CHILE	Cobre	Cobre	Cobre	Cobre	-	Cobre
MEXICO	Cobre	Petróleo	Componentes de equipos de telecomunicaciones	Coches	Componentes de equipos de telecomunicaciones	-

Fuentes: COMTRADE.

Cuadro 3. Importaciones totales de los países presentados en vertical a los países recogidos en horizontal. (2006, \$millón)

	COREA	ESPAÑA	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	MEXICO	OTROS	TOTAL
COREA	-	720	493	2.424	3.506	737	273.979	281.859
ESPAÑA	4.602	-	2.038	2.673	1.546	3.351	314.566	328.776
ARGENTINA	439	614	-	11.871	599	1.111	19.517	34.151
BRASIL	3.417	1.574	8.862	-	3.199	1.441	82.657	101.150
CHILE	1.560*	710	4.509	4.243	-	1.003	25.418	35.892
MEXICO	11.743	4.002	1.978	6.114	2.717	-	255.189	281.743
OTROS	337.720	200.877	31.935	125.335	48.308	245.216	-	11.320.330
TOTAL	357.931	208.497	49.815	152.660	59.874	252.860	11.302.263	12.383.900

*Las importaciones de Chile desde Corea son del 2005, ya que el dato de 2006 (\$9millones) no está contrastadoe.

Fuentes: IMF-DOT.

Cuadro 4. Los principales productos importados desde los países presentados en vertical a los países recogidos en horizontal. (2006, SITC 3 dígito)

	COREA	ESPAÑA	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	MEXICO
COREA	-	Aceite de verdura	Cobre	Hierro	Cobre	Cobre
ESPAÑA	Coches	-	Alimentos de animal	Semilla de aceite	Cobre	Petróleo
ARGENTINA	Poliacetal. Policarbón	Partes de vehículos	-	Autos	Partes de equipo de Telecom	Partes de equipo de Telecom
BRASIL	Transistores, Válvulas, etc.	Equipos de Aeronave	Trigo	-	Cobre	Autos
CHILE	Productos de petróleo	Llantas	Petróleo	Petróleo	-	Compones de equipo de telecomunicaciones
MEXICO	Compones de equipo de telecomunicaciones	Productos derivados de petróleo	Productos derivados del petróleo	Autos	Cobre	-

Fuentes: COMTRADE.

Desde los más grandes volúmenes de las exportaciones e importaciones de los seis países y sus principales sectores exportadores e importadores, uno puede entender las características de las seis economías y de las relaciones generales entre ellas. Se destaca que Corea y España

enfocan sus exportaciones en México aunque sus sectores son diferentes: Corea con equipos de telecomunicaciones y España con productos petroleros. Argentina y Brasil mantienen entre sí mayores lazos comerciales a causa de las ventajas que ofrece MERCOSUR. Pero Chile exporta la mayor cantidad a Corea, Brasil y México porque el ítem número 1 de sus exportaciones es el cobre, lo cual es indispensable para los tres socios suyos que, tradicionalmente, promueven industrias manufactureras. En el caso de México, cuya estructura de comercio se apoya principalmente en su relación con sus vecinos al norte, sus exportaciones a los otros cinco países considerados en este estudio están bastante diversificadas. Sus mayores exportaciones se identifican como petróleo a España, cobre a Corea, componentes de equipos de telecomunicaciones a Argentina y a Chile y vehículos a Brasil. Esto explica que no haya concentración estratégica en las exportaciones de México en sus relaciones con estos cinco países y que sus volúmenes sean marginales.

Respecto a las importaciones, Corea depende de los minerales de Chile (cobre) y de Brasil (hierro) pues Corea, economía pobre en recursos naturales, debe recurrir a estos socios para obtener minerales favorables a sus industrias pesadas. España importa la mayor cantidad de vehículos desde Corea y petróleo desde México. Esto sencillamente explica la característica de la estructura económica española, que necesita importar manufacturas y petróleo. De nuevo, Argentina y Brasil son, a su vez, los principales proveedores dentro del marco del MERCOSUR. Argentina importa como el mayor ítem los vehículos hechos en Brasil, mientras que Brasil depende del trigo producido en Argentina. Chile, país pobre en recursos energéticos en el Cono Sur, necesita importar petróleo desde sus vecinos, Argentina y Brasil, y productos petroleros desde Corea. El mayor proveedor para México entre los países considerados aquí es Corea, desde donde llega todo el ramo de los productos electrónicos liderados por los componentes de equipos de telecomunicaciones.

Estas características de las relaciones comerciales entre los seis países tienen implicaciones de mayor importancia combinadas con la fase de relaciones de inversiones. Sólo comparando las inversiones españolas y coreanas en América Latina, se aprecia claramente el alto potencial de complementariedad entre España y Corea. Los sectores inversores españoles en la región vienen de la categoría de servicios que incluyen las telecomunicaciones (Telefónica), banca (Santander, BBVA), aerolí-

neas (Iberia), turismo (Sol-Meliá, Iberstar, Guitar, Rui), electricidad (Endesa, Iberdrola SA), minería (Repsol YPF), etc. Mientras tanto, las inversoras coreanas en la región se concentran en la industria manufacturera: la electrónica (Samsung, LG), el sector automotriz (Hyundai), y textil por una variedad de PyMEs coreanas. En años recientes, se diversifica, incluyendo la minería, pues los precios internacionales de materias primas suben muy rápidamente. LS-Nikko y POSCO lideran las inversiones en minerales de cobre y hierro, Eagon lidera la inversión en madera, y SK, Dongwon, y KNOC invierten en el desarrollo de los recursos energéticos.

MODELOS DE TRIANGULACIÓN

Desde esa revisión de las relaciones comerciales y de inversión se puede deducir que ya hay varias ramas donde existen incentivos favorables a la triangulación, lo que permitiría aumentar los vínculos económicos entre España, Corea y los países latinoamericanos. Los principales modelos de triangulación pueden ser el vertical inter-industrial, la complementariedad horizontal, la cooperación de ventajas mutuas, la alianza estratégica en competición y la consultoría.

Primero, hay que promover ramas de triangulación vertical intra-industrial. El sector automotriz es el principal ejemplo. España exporta componentes de automóviles a Corea como el principal ítem, y Corea exporta automóviles a la región como su principal ítem. Una vez que esta relación se pruebe estadísticamente, deberán hacerse esfuerzos para mejorar la colaboración global intra-industrial. No será necesario repetir aquí que la relación intra-industrial entre las economías es el mejor método de la expansión comercial e integración económica bilateral como un modelo ganador-ganador.

Segundo, se puede encontrar áreas de complementariedad horizontal. Por ejemplo, Corea está exportando equipos de telecomunicaciones a la región como principales ítems, mientras España invierte en el servicio de telecomunicaciones en varios países latinoamericanos. Proveedores de servicio y de equipos de primera clase deben ser los mejores socios y colaboradores en tales sectores de alta tecnología, como telecomunicaciones en términos de la frecuencia, modelos y aún de estrategia de mercadotecnia.

Tercero, hay áreas de cooperación que proporcionan ventajas mutuas. Banca y turismo pertenecer claramente a esta categoría. Son servicios que las compañías coreanas necesitan desarrollar, pero no tienen experiencia. En la región viven casi cien mil inmigrantes coreanos y operan las mayores compañías coreanas. La demanda de servicios bancarios no se ven satisfechas con los servicios locales. De allí surgen en muchos casos los servicios alternativos de transacción financiera a un nivel subdesarrollado. Los mayores bancos coreanos han abierto sucursales en algunas ciudades, pero no de manera plena por miedo a futura inestabilidad económica en la región. Algo similar sucede con el turismo. Entre los coreanos, América Latina es famosa como el principal destino en los viajes de diversión. Pero las agencias coreanas de viaje no han desarrollado negocios suficientemente en la región por la distancia, el idioma y la falta infraestructura de colaboración. Estos sectores como banca y turismo ofrecen oportunidades con las cuales las compañías españolas de alta especialización pueden desarrollar negocios inmediatamente como socios y líderes de triangulación.

Cuarto, hay áreas de alta competitividad, pero necesitadas de alianzas estratégicas. Las compañías de España y de Corea invierten en ramas *upstream* del petróleo en la región, aunque hay gran diferencia de experiencia a favor de las españolas. Al mismo tiempo, México importa productos petroleros desde España como el principal ítem, y Chile los importa desde Corea. *A priori* no se ve fácil hallar espacios de colaboración entre estos competidores. Pero la necesidad y posibilidad de triangulación son inmensas irónicamente en un país tan cerrado en el sector petrolero como México, en un país sin ese recurso energético, como Chile, e incluso en países intervencionistas como Venezuela y Bolivia. España y Corea deben aliarse estratégicamente en sus esfuerzos de abrir el mercado *upstream* y *downstream* del sector petrolero mexicano, proteger sus intereses mutuos frente a gobiernos intervencionistas e incluso colaborar para construir la infraestructura de seguridad básica de la red energética chilena. Una vez acumuladas esas experiencias de colaboración estratégica, ambos países conocerán mejor sus fortalezas y debilidades, posibilitando una mayor triangulación en los mercados latinoamericanos.

Quinto, en los sectores donde la competitividad de España es baja y la de Corea alta, será recomendable una cooperación española de con-

sultoría para facilitar la estrategia de mercadotecnia de parte de las compañías coreanas. La experiencia española, principalmente de redes, va a garantizar la seguridad de expansión en el mercado latinoamericano y también pueden favorecer espacios de colaboración más allá. Un claro ejemplo de ello es el sector electrónico. En el otro extremo se encuentran la industria agrícola y la alimentaria, en la cual España tiene una gran competitividad y Corea no, la expansión de cooperación debe afectar negativamente el comercio coreano con Latinoamérica.

RECOMENDACIONES

Una cooperación en la expansión común hacia Latinoamérica requiere el profundo entendimiento mutuo entre España y Corea, de las empresas de ambos países y de los dos pueblos. Más aún, es necesario tener como base la comprensión sobre la competitividad de las técnicas y de la mercadotecnia de ambas economías. En especial, se recomienda tener una comprensión mutua de las áreas IT, BT, BINT, ET, que los dos países enfatizan en las sub-áreas de desarrollo e investigación de ciencia y tecnología. Es básico para cualquier esfuerzo de triangulación. Al mismo tiempo, valdrá la pena señalar también que España ya tiene más experiencia de alianzas estratégicas dentro del marco de la integración europea. Se puede imaginar la triangulación como un proceso que se aplica gradualmente en el transcurso de la globalización. Sin embargo, para las compañías coreanas la triangulación será un concepto relativamente nuevo, ya que le es culturalmente ajeno. Uno se pregunta por qué los empresarios coreanos necesitarían desviarse a España para poder penetrar en el mercado latinoamericano. Antes de la cooperación sería necesario compartir una visión común a largo plazo entre ambos países basada en el entendimiento mutuo. Es decir, es necesario que ambos países, como potencias industriales medias, compartan la idea estratégica de cooperar en el comercio y penetración en terceros mercados.

Como actores del programa de triangulación, se recomienda un papel importante de las instituciones de ambos países. Sin embargo, sería difícil o inapropiado que el gobierno lo promueva explícitamente. La triangulación no debe depender de la iniciativa gubernamental, tendría que comenzar con las propias iniciativas empresariales, de las insti-

tuciones o de las asociaciones de comercio. Estos sujetos deberán reunirse periódicamente y el intercambio entre líderes de nueva generación debe de ser dinámico.

En cuanto al contenido y agenda de cooperación debería de proceder de las redes de operación local de ambos países en la región latinoamericana. Por la parte coreana la Agencia Comercial Coreana y de Inversión (KOTRA), el Banco de Exportación e Importación de Corea (KEXIM), el Banco Industrial de Corea (KDB), la Corporación para el Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas, el Centro de Tecnología de Información, y el Centro de Cooperación de Recursos Naturales. Ellos podrán generar contenidos focalizados a la triangulación.

Finalmente, este trabajo deja para un estudio más profundo los casos de éxito, en relación a otros países, como agenda de investigación en el futuro. Deben servir para facilitar una solución conceptual al implementar el mandato de triangulación. Un ejemplo ideal de triangulación puede ser el caso de la empresa conjunta Corea-Brasil-Italia *Usina Siderurgica do Ceara*. Se trata de una participación equitativa que fue llevada a cabo por tres compañías: *Dongkuk Steel Company* (Corea), *Danieli* (Italia), y CVRD (Brasil). Al mismo tiempo, su financiamiento fue triangular: Banco de Exportación e Importación de Corea (Corea), SACE (Italia), y BNDES (Brasil). Un caso exitoso de triangulación Corea-España-América Latina puede ser la BBQ, una empresa coreana de restauración. BBQ, se alejó de Latinoamérica al pensar que la zona era política y económicamente inestable, e inició una expansión hacia España. Después de haber tenido buenos resultados con su modelo de negocio en España, emprendió su expansión hacia México, Centro América y la región andina. El otro caso de triangulación Corea-España-América Latina puede ser del Laboratorio Ahn, Inc., una empresa coreana de seguridad informática. El Laboratorio Ahn extendió su expansión hacia el mercado latinoamericano después de haberse especializado en las soluciones de dispositivos de seguridad en cooperación con su contraparte española como punta de lanza.

Referencias

- BBQ. 2007. Presentación del caso de éxito. Seoul, KITA Building. 11 de junio.
- BUSTELO, PABLO y JOSÉ A. SOTILLO. 2002. *La Cuadratura del Círculo: Posibilidades y Retos de la Triangulación España-América Latina-Asia Pacífico*. Madrid: La Catarata.
- HIDALGO VEGA, ÁLVARO. 2007. *Relaciones económicas bilaterales entre España y Corea: Una oportunidad para crecer conjuntamente*. Madrid: Real Instituto Elcano.
- IMF. Data of Trade (DOT). 2007.
- KIM, WON-HO. 1999. "El Fin de la luna de miel?" Capítulos de SELA 56 (Mayo-Agosto), pp. 122-135.
- Laboratorio Ahn. 2007. Presentación del caso de éxito. Seoul, KITA Building. 11 de junio.
- MONTOBBIO, MANUEL. 2003. *Triangulando la triangulación España/Europa-América Latina-Asia Pacífico*. Documento CIDOB Asia. No. 8.
- REAL INSTITUTO ELCANO. 2006. La Política Exterior de España con Asia-Pacífico: Prioridades y Retos. *Informe Elcano No. 6-2006*. Julio.
- SOLER MATUTES, JACINTO. 2007. *Triangulación Asia-España-América Latina: Una visión desde la empresa*. Documento CIDOB Asia. No. 14.
- U.N. Commodity Trade Database (Comtrade). 2007.