Empresas locales que revitalizan las economías regionales: el caso de Oita

En mayo de 2019, estuve dos días reunido con cuatro empresas de la ciudad de Oita: Oita Bank, Yatsushika Brewery Company, Oita Made Company y Fundokin Shoyu Company. ¿Cómo se me ocurrió la idea, por qué lo hice y qué aprendí de todo ello?

Desde hace algunos años, visito Japón dos veces al año durante varias semanas cada vez. Siempre voy a alguna ciudad que aún no conozco y que selecciono más o menos al azar. Ya no estoy interesado en hacer turismo. Mi propósito es aprender todo lo que pueda sobre las compañías locales y las instituciones financieras que las financian. No lo hago en el marco de un gran proyecto de investigación, sino que se trata simplemente de satisfacer mi curiosidad por las empresas locales y su entorno económico.

Mis colegas en el Banco de Desarrollo de Japón (DBJ, por sus siglas en inglés) conciertan las reuniones con dichas empresas. En Oita, me acompañaron Hirofumi Maki, del DBJ en Tokio, y Kimihiro Fukuyama, máximo representante del DBJ en Oita. Como mi japonés no es lo suficientemente bueno para mantener una conversación de negocios en profundidad, me acompañó, como intérprete, Patricia Hara, de Pacific English Inc. Oita es



Hugh Patrick

Hugh Patrick es fundador y presidente del Centro de Economía y Negocios de Japón, codirector del Centro de Estudios APEC y profesor emérito de Negocios Internacionales R.D. Calkins de la Columbia Business School. Obtuvo su licenciatura en la Universidad de Yale en 1951. Cursó sendos másteres en Estudios Japoneses (1955) y Economía (1957), así como un doctorado en Economía en la Universidad de Michigan (1960). Sus publicaciones profesionales incluyen 18 libros y unos 60 artículos y ensayos, entre ellos el reciente

How Finance Is Shaping the Economies of China, Japan, and Korea (Columbia University Press, 2013), editado en colaboración con Yung Chul Park. El profesor Patrick ha recibido las becas Guggenheim y Fulbright y ha sido galardonado con el premio Ohira. Es miembro del Consejo de Relaciones Exteriores desde 1974. En noviembre de 1994, el Gobierno de Japón le otorgó la Orden del Tesoro Sagrado, con Estrella de Oro y Plata (Kunnito Zuihosho). En noviembre de 2010, recibió el premio Eagle on the World, concedido por la Cámara de Comercio e Industria de Japón en Nueva York.

una pequeña prefectura de la costa este de Kyushu, famosa por sus aguas termales, en especial las de la localidad de Beppu. La población de la prefectura en 2018 era de 1,15 millones, cerca de un 10 % por debajo de su máximo de 1955.

Al igual que otras prefecturas rurales, Oita tiene que hacer frente al descenso de la población debido a que la gente joven, después de terminar la secundaria, se va a las grandes ciudades para seguir sus estudios universitarios y sus carreras. Este proceso se ha visto agravado, en los últimos años, por el descenso generalizado de la población en Japón.

El Oita Bank, fundado en 1893, cuenta con 94 sucursales en toda la prefectura y es una entidad que funciona bien, aunque su cuenta de resultados sufre actualmente debido a la prolongada política de bajos tipos de interés del Banco de Japón y a la falta de demanda de créditos. Aun así, ha mantenido sus beneficios por las ganancias generadas por la venta de bonos del Gobierno japonés y otros títulos.

La estrategia del banco es invertir en nuevos proyectos y empresas para "revitalizar la prefectura de Oita" y así crear nuevas oportunidades de crédito y financiación. El banco participa con el gobierno local y otras instituciones en un proyecto para la producción de carne de vacuno de alta calidad, de tipo wagyu, en 50 hectáreas de pastos en colinas abiertas, donde las vacas pueden pastar libremente y tener sus terneros. Este sistema contrasta con el de la cría de vacas en establos pequeños, donde se alimentan de grano y heno, que precisa poca mano de obra. El banco espera que este proyecto resulte muy rentable.

Debido a que solo se le permite poseer un 5% de las acciones de una empresa, el Oita Bank se asoció en 2017 con otras cuatro firmas de la prefectura y fundó la Oita Made Company para promover los productos de sus clientes y de otras empresas locales. En su tienda, dedicada sobre todo a los turistas japoneses, ofrece una amplia gama de productos artesanales, productos de alimentación, sake y *shochu*.

Pero su principal negocio consiste en la venta mayorista de estos productos de Oita. En este sentido, está desarrollando











la exportación a Taiwán de *wagyu*, pescado y setas *shiitake* y promociona también salsas de soja, derivados de miso y otrosproductos agrícolas. En 2019, Oita Made lanzó una pluma estilográfica de gama alta, la "JAPAN BLUE", fabricada usando un material metálico de desarrollo reciente coloreado con índigo natural.

La Yatsushika Brewery Company, en la localidad de Kononoemachi, es un importante productor regional de sake y *shochu* de alta calidad, que ha sido galardonado con diversos premios y que cuenta con varias marcas. Fundada en 1864, su actual presidente pertenece a la sexta generación que dirige esta empresa familiar. La compañía empezó a producir *shochu* en 1981. Pese a que la reputación de este licor es menos exclusiva que la del sake, su producción resulta más rentable. Debido a que los mercados domésticos son de ámbito regional y están decreciendo, la compañía desarrolla activamente los mercados de China y el Sudeste de Asia. El hijo mayor del CEO ha desarrollado un sake con burbujas que se comercializa en botellas resistentes a la presión fabricadas en Francia. La emprendedora familia ha reinvertido sus beneficios durante varias generaciones.

La Fundokin Shoyu Company está situada en la ciudad de Usuki y es otra fascinante e innovadora empresa familiar del sector de la alimentación tradicional. Fundada en 1861, inicialmente producía *shoyu* (salsa de soja) y miso (granos de soja fermentados). El actual presidente pertenece a la quinta generación y se incorporó a la empresa en 1985, después de trabajar varios años en el Banco de Desarrollo de Japón. Fundokin es el mayor productor de salsa de soja de Kyushu y el noveno de Japón. Asimismo, es el primer productor de miso de Kyushu y el quinto de todo Japón. Hace unos 30 años, para dar respuesta a las oportunidades del mercado, la empresa empezó a desarrollar aliños con sabor a salsa de soja. Con el tiempo, ha creado una gran variedad de salsas, incluido un popular aliño hecho con sésamo, que hoy representa la mitad de sus ventas de salsas. Fundokin tiene cuatro fábricas dedicadas a fabricar sus propios productos. Cada una de ellas es propiedad de una entidad separada, organizada en forma de cooperativa, en la que otros productores locales son accionistas minoritarios

Mi viaje a Oita confirmó mi percepción de que una de las fortalezas de Japón es la existencia de sus pequeñas empresas privadas. Prosperan en todo el país y hacen que Japón sea mucho más que una economía de grandes ciudades y grandes empresas. He escrito breves informes sobre cada empresa que pueden consultarse en el sitio web del Centro de Economía y Negocios de Japón de la Universidad de Columbia:

www.gsb.columbia.edu/cjeb/research/companyreports. *