

MARCO **revista** **TRADE**

COMERCIO GLOBAL DIPLOMACIA COMERCIAL REAL ESTATE CULTURA LIFESTYLE AGENDA

**El futuro del transporte,
las nuevas tecnologías
revolucionan el negocio**

**Puerto de Santos, entre
el poderío y la debilidad.**

**Informe OICEX:
Proteccionismo, un reloj
que atrasa**

**Pimienta, la reina de las
especies.**

**Agenda: los eventos en
los que hay que estar**

**ADEMÁS:
CULTURA, MODA, VIAJES, ARTE**

**Trade City:
São Paulo**



Your No.1 Choice to explore

Chinese Market



China Import and Export Fair International Pavilion

April 15th - May 5th, 2017

www.cantonfair.org.cn/international/

PHASE 1

121st: Apr. 15-19, 2017
122nd: Oct. 15-19, 2017



Electronics & Household
Electrical Appliances



Building Materials &
Hardware



Machinery Equipment

PHASE 3

121st: May. 1-5, 2017
122nd: Oct. 31-Nov. 4, 2017



Food & Drink



Household Items



Fabrics & Home Textiles

No.382 Yuejiang zhong Road Haizhu
District 510335, Guangzhou China
China Import and Export Fair Complex
Tel +86-20-89138580
Fax +86-20-89138550
import@cantonfair.org.cn



中国进出口商品交易会
CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR



Trade Connections

More than **100**
Trade Points and
Trade Cities in
70 countries

Asia

África

América

Europa

Países Árabes



STAFF



Arte de tapa: María Cecilia Lozano.
FOTO: AKE1150SB/ISTOCKPHOTO.COM

Director:

Bruno Masier

Coordinación:

Miriam Bilbao

Redacción:

Desde Buenos Aires

Lucía Marroquín

Laura Raquel Martínez

Desde Ginebra

Denise Touron

Desde Miami

Alex Kosyk

Consejo editorial OICEX:

Antonio Castillo Pérez

Eduardo Arzani

Antonio López Crespo

Marina Cunningham

Diseño y diagramación:

María Cecilia Lozano

Publicidad:

publicidad@marcotrade.news

Esta es una publicación de



Observatorio Iberoamericano
de Comercio Exterior

Velázquez, 53 2-Izq.
28001 Madrid, España

www.oicex.org

En asociación con



Con el apoyo de



Depósito legal M-38955-2015

ISSN 2444-9113

Derechos reservados.

Prohibida su reproducción, edición o
transmisión total o parcial por cualquier
medio y en cualquier soporte sin la
autorización escrita de
Marco Media Group SLU.

EDITORIAL



Iniciamos el segundo año de **Marco Trade Revista** en un contexto internacional convulsionado, que confirma nuestra creencia de que era necesario contar con un medio que permitiera **pensar el comercio global desde una óptica iberoamericana**.

Advertíamos, en números anteriores, que el mundo atraviesa desafíos complejos y los acontecimientos de los últimos meses lo confirman. Tras el Brexit, **la unidad europea está en cuestión**, amenazada por el crecimiento de posturas xenófobas que pretenden hacernos volver a nacionalismos exacerbados que en Europa provocaron, hace menos de un siglo, atroces consecuencias. A ello se suma, en medio de una economía global frágil, la nueva administración Trump. Esta no duda en predicar un **proteccionismo comercial obsoleto** y hacerse eco de **tendencias populistas antiglobalizadoras**—que solo favorecen la pretensión del terrorismo global de retrotraer al mundo civilizado hacia las fortificaciones medievales—.

Pero ese preocupante paisaje no ocupa todo el escenario internacional. También se manifiestan **contrapesos esperanzadores: el compromiso de China a favor del libre comercio**, la voluntad de muchos países de consolidar la Free Trade Area of the Asia-Pacific, la decidida **posición de Bruselas a favor de revitalizar la globalización** y asegurar los avances logrados por la comunidad internacional en materia de cambio climático y protección de los derechos ciudadanos, la manifiesta posición de las empresas más avanzadas del mundo—vinculadas a la revolución tecnológica— de no empobrecer el planeta limitando el multiplicador intercambio de bienes y conocimiento.

Toda crisis abre oportunidades y en Iberoamérica se presentan algunas de singular relevancia. Ante un posible fin del Nafta, ya diplomáticos de México y de los restantes países de la Alianza del Pacífico evalúan, con sus colegas del Mercosur, las posibilidades de ampliar la cooperación entre ambos bloques. La economía mexicana depende de Estados Unidos para algunos alimentos clave para su población, como maíz, soja y trigo, además de maní, pollo y lácteos, que podrían ser abastecidos desde la región. Lo mismo sucede con España—segundo inversor mundial en México, con 5.800 empresas— que, pese a la incertidumbre de que el factor Trump contraiga la economía mexicana, considera las nuevas oportunidades que podría presentar el mercado mexicano si este redujese su exposición a las importaciones estadounidenses.

En este número de **Marco Trade Revista** pretendemos compartir con ustedes, nuestros lectores, esas preocupaciones y oportunidades. Y, como siempre, acercarles una amplia información sobre lo que está ocurriendo en el mundo de la cultura, los viajes y la buena vida.

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large loop and a long horizontal stroke.

Bruno Masier
Director

✉ masier@marcotrade.news

Bruno Masier es presidente de la Federación Mundial de Trade Points y del Observatorio Iberoamericano de Comercio Exterior.

SUMARIO

Comercio Global

10 El futuro del transporte y la movilidad

Las nuevas tecnologías revolucionan el negocio.

16 El dilema del Puerto de Santos: entre el poderío y la debilidad

Aunque se destaca por su tamaño y su ubicación estratégica, tiene todavía importantes restricciones.

20 WISEKey, empresa suiza líder en seguridad digital

La compañía suiza crea plataformas digitales protegidas por el cifrado de la información.

23 Informe OICEX. Un reloj que atrasa

El nuevo impulso del proteccionismo antiglobalización.

38 García-Legaz y la expansión comercial española

Presidente de la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación y ex Secretario de Comercio de España.



42 París

Ferias y exposiciones de todos los sectores para aprovechar al máximo la capital francesa.

44 Actualidad empresarial

Las últimas novedades del mundo empresarial en diferentes latitudes.

46 Calendario de ferias

Una selección de ferias entre marzo y junio en todos los ramos de actividad.

49 Publicaciones

Bibliografía editada por prestigiosos organismos internacionales para descargar de forma gratuita.

Trade City

50 São Paulo, gigante brasileño

La ciudad atrae, por sus dimensiones y oportunidades de negocios, a inversores de todo el mundo.

56 Guía de la ciudad

Pistas para aprovechar al máximo la oferta gastronómica, hotelera y cultural de São Paulo. Además, qué ver, leer o escuchar antes de ir.

58 WTC São Paulo

En el barrio de Brooklin Novo, ofrece un lujoso centro de eventos y servicios de negocios completamente customizados.

60 Trade cities

Actualidad de las ciudades clave para el comercio global.

Lifestyle

62 Museo Nest

Nestlé celebró sus 150 años con la apertura de Nest, un museo ubicado en Vevey, Suiza.

64 Pimienta, la reina de las especias

Es una de las commodities más antiguas comerciadas entre Europa y Oriente, pero su mercado continúa en expansión, desde India hasta América Latina.

68 El espacio de trabajo repensado

El coworking, o espacio de trabajo compartido, atrae a independientes, startups y grandes empresas.

71 Apps

Aplicaciones gratuitas para aprender idiomas aprovechando el smartphone y las redes sociales.

72 Maní, fusión brasileña y simplicidad

Con ingredientes típicos de Brasil y una fuerte impronta catalana, el restaurante mantiene su esencia y busca desafíos.

76 Escocia, por los caminos del whisky

Con ingredientes básicos como el maíz, una gran variedad de papas y condimentos únicos, la gastronomía peruana conquista el mundo.

78 Inditex

La empresa textil española, con ocho conceptos de moda diferentes, es la más grande del mundo.

80 10 razones para visitar Ámsterdam

Recorrer sus canales en crucero o visitar la primera bolsa de valores del mundo son solo algunas de las opciones que ofrece la ciudad.



68



76



80

dimensión variable en el mercado editorial global, concentrado en seis países que representan un 60% de los ingresos.

89 Narrativa literaria, donde convergen los formatos

Recomendaciones de ficción contemporánea, género que lidera las encuestas de los más vendidos, tanto en formato tradicional como digital.

90 São Paulo, diseñada para innovar

Entre los ganadores del iF Design 2017, uno de los premios de diseño más prestigiosos del mundo, hay 26 proyectos brasileños y más de la mitad son paulistanos.

94 Manabu Ikeda

Miles de pequeños objetos se acumulan en la superficie de un encuadre poético. Las obras del artista japonés se caracterizan por una cuidadosa descripción de la espacialidad entre naturaleza y civilización.

98 El dios del comercio en la Grand Central Terminal

La escultura encargada al francés Jules Coutan preside desde 1914 la fachada de la terminal más famosa de Nueva York.



94

Cultura

82 Agenda cultural

Los imperdibles del panorama artístico global: exposiciones, ferias y novedades.

84 Saint-Exupéry desde la geografía

Los lugares que el piloto y escritor recorrió en la Patagonia argentina evocan las rutas de la Aeroposta Argentina y las Lignes Aériennes Latécoère.

87 E-book: otra dimensión del mercado editorial

El libro digital ocupa un espacio de



El futuro del transporte y la movilidad

Las nuevas tecnologías revolucionan el negocio.

Por Antonio López Crespo

“Imaginemos un mundo donde los **vehículos casi nunca chocan** porque el error humano ha sido descartado; donde los **embotellamientos de tráfico son poco frecuentes** porque los sensores controlan la distancia entre vehículos y administran el tráfico vehicular; donde la **demanda de energía se reduce** porque los vehículos son más eficientes y respetuosos del medio ambiente y donde el **costo del transporte automotor se desploma** porque el gasto se reduce hasta el 70%, lo que incrementa el acceso a la movilidad”. Este el

escenario que plantean las excitantes conclusiones expuestas por el científico alemán **Udo Gollub** en la cumbre de la Universidad de Singularity, en Sillicon Valley.

Para Gollub, estamos ingresando en la “era exponencial” y ello tendrá un enorme impacto sobre la estructura de la movilidad: **“El software y las plataformas operativas interrumpirán la mayoría de las industrias tradicionales en los próximos 5-10 años. Uber es solo una herramienta de software. No posee coches, pero ahora es la compañía de taxis más grande del mundo (...). En 2018 se ofrecerán al público los primeros autos de conducción propia. Alrededor de 2020, la industria completa comenzará a ser interrumpida. Ya no quieres tener un coche. Llamaras a un coche desde tu teléfono; se mostrará en su ubicación y te llevará a tu destino. No se necesitará estacionarlo, solo pagarás por la distancia recorrida y podrás ser productivo mientras te conduce. Nuestros niños nunca obtendrán una licencia de conducir y nunca poseerán un coche. Van a cambiar las ciudades, porque vamos a necesitar**

90-95% menos coches para nuestras necesidades futuras. Podemos transformar las antiguas plazas de aparcamiento en parques. En la actualidad, 1,2 millones de personas mueren cada año en accidentes automovilísticos en todo el mundo. Ahora tenemos un accidente cada 100.000 kilómetros. Con la conducción autónoma, la cifra caerá a **un accidente cada 10 millones de kilómetros**. Eso ahorrará un millón de vidas cada año. Los coches eléctricos se convertirán en la corriente principal después de 2020. Las ciudades serán más limpias y mucho menos ruidosas, porque todos los coches funcionarán con electricidad, que será mucho más barata (...). La mayoría de las compañías automotrices tradicionales pueden llegar a la quiebra al abordar un enfoque evolutivo y simplemente construir autos mejores; en tanto, **las empresas de tecnología (Tesla, Apple, Google) adoptan un enfoque revolucionario y construyen una computadora sobre ruedas**. Hablé con muchos ingenieros de Volkswagen y Audi. Le tienen terror a Tesla (...). Las compañías de seguros tendrán

FOTO: CHOMBOSAN/ISTOCKPHOTO.COM

problemas masivos, porque sin accidentes, el seguro será 100 veces más barato. Su modelo de negocio de seguros de automóviles desaparecerá (...). Los valores inmobiliarios basados en proximidad a lugares de trabajo, escuelas, etc. cambiarán, porque si usted puede trabajar eficazmente desde cualquier lugar o ser productivo mientras viaja, **la gente se mudará de las ciudades para vivir en un entorno más rural**".

Alguien podría pensar que se trata de una visión radicalizada y utópica de nuestro futuro. La sorpresa es que a conclusiones semejantes arriba **un estudio de Deloitte realizado por Scott Corwin, Joe Viale, Eamon Kelly y Elizabeth Cathles**, cuatro especialistas en estrategia y operaciones corporativas.

La industria automotriz ha respondido a un sistema de negocios que permaneció relativamente estable durante un siglo, pero que ahora enfrenta un nuevo sistema de movilidad, que significará una enorme transformación.

La pregunta es si toda la industria automotriz será capaz de evolucionar hacia el futuro con la velocidad disruptiva de las innovaciones que la acosan. Como señala el estudio de Deloitte: "Nadie conoce el alcance y la magnitud de los cambios por venir, lo que conllevan o cómo van a evolucionar. Sin embargo, **estas fuerzas tienen el potencial de alterar las estructuras de la industria actual**, los modelos de negocio, la dinámica competitiva, la creación de valor y las propuestas de valor al cliente. **Probablemente nos encontramos en los albores de un cambio nunca visto antes en la industria**".

La realidad es que **toda la industria automotriz global está sacudida por la futura evolución del transporte y la movilidad**. Las nuevas tecnologías están transformando la construcción de vehículos y la estructura del negocio. Y están operando sobre la industria revolucionarias innovaciones que reconforman el escenario: desde el desarrollo de **autos eléctricos** con mayor autonomía, menor consumo de energía y bajos niveles de emisión, a rápidos adelantos en el desarrollo de **vehículos autónomos**, equipados con tecnologías de comunicación vehículo-vehículo y vehículo-infraestructura, pasando por la incorporación de **nuevos**

Como plantea el Boston Consulting Group, **en apenas una década habrá vehículos totalmente automatizados circulando por las carreteras públicas**. Los coches serán una de las primeras máquinas autónomas que pondrán a prueba los **límites del sentido común** y la **reacción en tiempo real**.

materiales ligeros que permiten una reducción del peso del automotor sin perjuicio de la seguridad del pasajero y el advenimiento para el 2018 de los primeros **autos voladores** ya certificados por Europa y Estados Unidos.

El proceso es vertiginoso. Los automóviles sin conductor desarrollados por Google ya han recorrido de manera autónoma más de 1,5 millones de kilómetros y la compañía avanza en programas de pruebas con pequeñas flotas de esos vehículos en California y Texas.

Una nueva cultura de transporte

A esas innovaciones se agregan **cambios en las tendencias culturales o de consumo**: la búsqueda de innovadores diseños, como los presentados en las Ferias de París y Detroit, el incremento de la preferencia de los más jóvenes –casi el 50% de los consumidores de la "generación Y" en los países avanzados– por el **pago por uso** en lugar de la propiedad del vehículo, la aplicación del teléfono inteligente al transporte, una expectativa favorable con relación a los vehículos de conducción autónoma y la aparición de las mega-plataformas para una producción ultra-flexible –como la desarrollada por Volkswagen (MQB), que pone a la empresa por delante de sus rivales en la carrera para la próxima etapa de la producción en masa– sin las cuales, según los especialistas, algunas automotrices estarán condenadas a cerrar.

Los avances acelerados hacia la incorporación de vehículos autónomos en el mercado están en el corazón de los cambios que veremos en la industria. El "auto conectado" responde a **innovaciones en las que convergen las tecnologías de comunicación y el "Internet de las cosas"** proporcionando

nuevos servicios a los usuarios: respuesta eficiente ante otros vehículos y riesgos potenciales, sugerencia de cambio de rutas de manera proactiva, reducción de peligro de accidentes, entre otros.

Para la mirada de hombres como Gollub, **el futuro del sector se presenta como una ruptura brusca por la velocidad de los cambios y por el enfoque evolutivo que mantienen la mayoría de las compañías automotrices tradicionales**, centradas simplemente en construir autos mejores, mientras que las empresas de tecnología que impulsan el auto de conducción autónoma han adoptado un enfoque revolucionario, buscando **construir una computadora sobre ruedas**, lo que es sincrónico con la tendencia global. Para Scott Corwin y su equipo, el cambio será sistemático y evolucionará de manera distinta según los distintos escenarios geográficos y demográficos: **"Una marea creciente, pero no un tsunami"**.

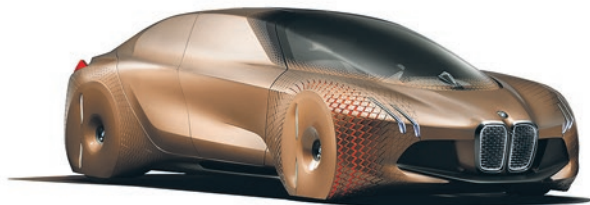
Esas dos miradas divergentes sobre el futuro de la movilidad responden a **dos visiones de cómo ocurrirán los cambios**: si los consumidores abandonan rápidamente el sistema actual de propiedad privada de los vehículos controlados por un conductor o si predomina el *statu quo*.

Experiencias como Uber y Lyft muestran la velocidad con que pueden producirse los cambios. El auto compartido (*carsharing*), experiencia inicial de Zipcar, se transformó rápidamente en el viaje compartido (*ridesharing*) de Uber y Lyft. En la actualidad, **solo Uber genera un millón de viajes por día en todo el mundo y crece exponencialmente**.

La "era exponencial"

La visión más "conservadora" –que cree que el sistema actual puede progresar de manera lineal, ordenada para que los activos de la industria actual y la estructura fundamental permanezcan intactos–, según Deloitte, puede enfrentar dificultades y tropezar con el vértigo de la "era exponencial".

Los fabricantes de vehículos podrían estar sobrestimando el poder que tienen para manejar el curso de los acontecimientos futuros. La interacción de las fuerzas convergentes de cambio



BMW Vision Next 100.



—convergencia característica de la "Cuarta Revolución Industrial"— puede ser impredecible y provocar modificaciones aceleradas en la estructura del negocio.

Es probable que los cambios no se produzcan de manera sincrónica en todo el mundo y que convivan diferentes modos de transporte, lo que introduce un desafío más para los grandes fabricantes, que deberán preparar sus empresas para operar en escenarios diversos y con diferentes grupos de clientes y vehículos.

Los que sostienen que los cambios serán muy graduales creen que los consumidores optarán por la seguridad y comodidad de poseer un vehículo y por tanto, se centran en un modelo de negocio que se obstina en la venta de unidades, mientras aplican mejoras en sus vehículos. Un segundo grupo se prepara para la expansión del auto compartido por sus ventajas de ahorro, comodidad, reducción del número de vehículos por

hogar, con el consiguiente impacto sobre la demanda futura.

Frente a esas opciones se presenta la **revolución del vehículo sin conductor**, que permite visualizar dos vertientes: la de consumidores que prefieren seguir siendo dueños de sus propios vehículos pero adoptan la nueva funcionalidad a su seguridad y a otros beneficios potenciales y los que afrontan la nueva era de autonomía accesible, que puede congeniar el viaje individual con la experiencia del viaje compartido. Es probable —como señala Deloitte— que los primeros que lo adopten sean viajeros urbanos, dado “el potencial para viajes más rápidos gracias a distancias reducidas entre vehículos altamente automatizados y mejorados por el conocimiento en tiempo real de las condiciones de las rutas”. Y agrega: “Con el tiempo, y a medida que se expanda la infraestructura inteligente y el uso de conductor se acerque a un punto

de inflexión, las flotas de vehículos autónomos compartidos podrían extenderse de centros urbanos a los suburbios densamente poblados y más allá”.

Las empresas de tecnología, líderes del cambio

Dentro de la comunidad de empresas de alta tecnología, se avanza sobre una visión disruptiva, diametralmente distinta del actual sistema de transporte de pasajeros o mercancías. Para esas empresas, estamos ante una nueva era que presentará **vehículos totalmente autónomos y accesibles bajo demanda**. Como en el caso de las cámaras digitales, su avance podrá ser moderado al principio, hasta su expansión global.

De hecho, **BMW, junto con Intel y Mobileye NV, anunció que en apenas cuatro años (2021) lanzará su primer auto sin conductor**, poniendo presión sobre rivales como Tesla Motors y Mercedes-Benz, que apuran sus propios lanzamientos.

Empresas como Uber y Google también pretenden poner sus modelos autónomos en circulación antes de cinco años. Uber lanzó el año pasado una pequeña flota de cuatro vehículos Ford Fusion para un servicio optativo de alquiler de coches autónomos, dotados con tecnología láser, cámaras y otro tipo de sensores en las calles de Pittsburgh. Para la consultora **Roland Berger**, los taxis sin conductor ¡representarán el 40% de las ganancias en el sector automotriz para 2030, es decir más que las ventas de vehículos a particulares!

De cualquier modo —lenta o rápidamente— la transformación está en curso e impactará de lleno no solo en los fabricantes de automóviles, en sus proveedores y distribuidores, sino en las empresas



Mercedes-Benz Vision Van.



Rolls Royce Vision Next 100.



petroleras, gasolineras, compañías de seguros, estacionamientos, empresas de servicios financieros, sistemas de salud y también en la recaudación estatal.

Para Gollub, se debería aprender del caso de Kodak: “En 1998, esa empresa tenía 170.000 empleados y vendía el 85% de todas las fotos en papel del mundo. En muy pocos años, su modelo de negocio desapareció, llevándolo a la quiebra. Lo que le pasó a Kodak le pasará a muchas industrias en los próximos 10 años y muchas personas no se dan cuenta.

¿Quién pensaba en 1998 que tres años más tarde no volvería a tomar fotografías en papel? Sin embargo, las cámaras digitales habían sido inventadas en 1975. Las primeras solo tenían 10.000 píxeles, pero siguieron la ley de Moore. Como todas las tecnologías exponenciales, fueron una desilusión por un largo tiempo antes de que se convirtieran en muy superiores y fueron la tendencia principal en pocos años. Ahora pasará lo mismo con la inteligencia artificial, la salud, los automóviles eléctricos autónomos, la educación, la impresión 3D, la agricultura y los puestos de trabajo”.

La explosión del futuro

En pocos lugares la transformación que sacude a la industria de la movilidad es más visible que en las recientes ferias del automotor. El Rolls-Royce Vision Next 100 es un singular ejemplo de cómo se ven en el presente los autos del futuro. El BMW Vision Next 100 permite vislumbrar lo que esa empresa prevé para los autos de los próximos años. En ambos, las ruedas desaparecen, escondidas bajo carrenados que suponen un extraordinario

rendimiento contra el viento y son parte de un explosivo cambio en el diseño.

A ello hay que agregar el impacto que tendrán los autos voladores que la empresa holandesa PAL-V acaba de poner a la venta y que estarán operativos a finales del 2018. Sus dos modelos, Liberty Pioneer y Liberty Sport, ya han sido aprobados por la EASA (Europa) y la FAA (Estados Unidos) para su circulación en ruta y por aire a velocidades de hasta 160 kilómetros por hora. Se trata de un coche innovador que tiene la capacidad de convertirse en una pequeña aeronave o giroplano para dos personas y que podrá aterrizar en superficies reducidas equivalentes a una cancha de tenis.

Pero quizás sea Mercedes-Benz con su Vision Van la que muestre, de manera más audaz, los cambios que se avecinan, diseñando una camioneta que en los próximos cinco años creará una red de transporte inteligente de mercancías del modo más eficiente. Según Mercedes-Benz, las camionetas, furgonetas e instrumentos de distribución de mercancías no perecerán, pero serán sometidos a transformaciones.

La Vision Van es la respuesta de Mercedes al transporte de mercadería del futuro. Eléctrico, sustentable, autónomo, conectado y con un espacio de carga regido por estructuras automáticas. Para su sistema de entrega, interviene un gestor automatizado del espacio de carga: un instrumento controlado por *software* y algoritmos que procesarán toda la información necesaria para que un operario solo tenga que recoger el paquete y llevarlo a manos del comprador. O ni siquiera: dos drones integrados al techo

del vehículo podrán repartir cargamento de hasta dos kilos en un radio de 10 kilómetros. El proyecto –en el que Mercedes está invirtiendo 562 millones de dólares– propone revolucionar la logística del transporte de mercancías.

Como señala un alto directivo de la empresa DHL: “Drones y camiones eléctricos son el futuro de la industria de los envíos”. La logística de carga y los camiones de larga distancia enfrentan hoy desafíos importantes que se podrían morigerar con los cambios previstos en el sistema futuro de transporte y movilidad. Para los más ambiciosos, los sistemas de entrega y el transporte de carga también podrían incorporar, de forma predominante, vehículos sin conductor. La posibilidad de enlazar conexiones u operaciones seriadas podría atemperar la creciente escasez de camioneros existente en algunos países como Estados Unidos, superar las restricciones en horas conducidas e incrementar la utilización del capital.

La facturación anual del transporte de carga de largo recorrido a nivel global roza los 800.000 millones de dólares, por lo que, para las empresas más importantes del sector, poder avanzar sobre períodos operativos más prolongados, realizar largos recorridos sin detenerse y reducir el costo de los conductores –una cuarta parte de los costos operativos–, convierte a esas grandes compañías en jugadores importantes a favor de las transformaciones tecnológicas en curso.

Lo contrario sucederá con las aseguradoras, que podrán ver reducidos los riesgos de siniestro y, teniendo en cuenta que el nuevo riesgo es eminentemente



PAL-V Liberty Pioneer.



PAL-V Liberty Pioneer.

técnico (la falla de un vehículo autónomo), la posibilidad de evaluarlo será más exacto y ello podrá redundar en menores costos y ganancias.

Otro impacto significativo podrá ocurrir sobre la **recaudación del sector público: menor cantidad de vehículos podría generar menores ingresos derivados de los impuestos a la venta de vehículos o a los combustibles**, hoy ligados a la realidad de vehículos conducidos, de propiedad individual.

El estudio de Deloitte plantea una alternativa interesante, que muestra la dimensión de los cambios que pueden ocurrir: en el futuro, el modelo podría estar más atado al uso de los bienes públicos, como la red vial —hora del día, demanda del mercado, rutas de recorrido, distancia, forma y tipo de vehículo, etc.—.

Lo cierto es que la influencia de las innovaciones tecnológicas se ha extendido a toda la industria y **el futuro de la automoción está signado por propuestas que buscan anticipar los esquemas de movilidad del mañana: vehículos de todo tipo, desde los más convencionales hasta los que todavía no existen, forman parte del imaginario de lo que vendrá. Por eso, la mayoría de los grandes fabricantes como BMW, Ford, Daimler, General Motors, Audi, Renault o Toyota han establecido oficinas en Silicon Valley o hecho acuerdos con el Centro de Investigación en Automoción de la Universidad de Stanford, para estar más cerca del desarrollo de la tecnología y la financiación temprana.**

Por su parte, Uber se asoció tanto con la Universidad de Carnegie Mellon y la Universidad de Arizona para abrir su **Centro de Tecnología Avanzada en Pittsburgh** y probar las unidades autónomas y la óptica para las tecnologías de mapeo.

Las modificaciones sobre nuestra realidad actual pueden ser sorprendentes: **las autoridades no deberán preocuparse tanto por el tráfico** —porque los vehículos autónomos están programados para no exceder los límites de velocidad ni violar las leyes de tránsito—, **las entregas de mercaderías disminuirán sus costos** por el incremento de redes completamente autónomas de camiones de largo recorrido —que podrán funcionar por periodos más prolongados de tiempo y cubrir grandes distancias con costos laborales más bajos—, **se acelerará la velocidad y puntualidad y**

La **transformación** en las formas en las que se desarrolla actualmente el transporte y la movilidad provocarán una alteración profunda que **impactará mucho más allá de la industria automotriz**. El supuesto de la economía del siglo XX —de vehículos de propiedad privada conducidos por humanos— podrá colapsar y **cada empresa deberá adecuarse**. Se trata de una mega-transformación en la que tendrán roles decisivos **nuevos jugadores y nuevos paradigmas**.

el transporte multimodal eficiente se convertirá en la norma.

Esto no es ficción. La mayor parte de la tecnología para hacerlo realidad ya existe y se trabaja vertiginosamente para completar lo que falta.

La transformación en las formas en las que se desarrolla actualmente el transporte y la movilidad provocará una alteración profunda que impactará mucho más allá de la industria automotriz. El supuesto de la economía del siglo XX, de vehículos de propiedad privada conducidos por humanos, podrá colapsar y cada empresa involucrada en el sistema deberá adecuarse. **Se trata de una mega-transformación en la que tendrán roles decisivos nuevos jugadores y nuevos paradigmas**. Y, como concluye el estudio de Deloitte, será el mercado el que determine “quién gana y quién pierde”.

Lo cierto es que, como plantea el Boston Consulting Group, en apenas una década habrá vehículos totalmente automatizados circulando por las carreteras públicas. Los coches serán una de las primeras máquinas autónomas que pondrán a prueba los límites del sentido común y la reacción en tiempo real. “Será lo que marque la pauta para todos los robots sociales”, anticipa Patrick Lin, director del Grupo de Ética y Ciencias Emergentes de la Universidad Politécnica de California y consejero de fabricantes de automóviles. “Porque estos son los primeros robots verdaderamente sociales que transitarán entre la gente”. ●

AGENDE ESTAS FECHAS:

6 AL 9 DE NOVIEMBRE DE 2017



FORME PARTE DEL ENCUENTRO ACADÉMICO Y DE NEGOCIOS
MÁS IMPORTANTE DEL SECTOR PORTUARIO LATINOAMERICANO

**"Los puertos latinoamericanos en el debate
entre globalización y proteccionismo"**



Centro de Convenciones del Hotel Conrad, Punta del Este - Uruguay
info@aapalatioamerica.com | www.aapalatioamerica.com

AAPA
Asociación Americana de
Autoridades Portuarias
Alianza de los puertos de Canadá, el Caribe, América Latina y los Estados Unidos

ANP
ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE PUERTOS
República Oriental del Uruguay



El dilema del Puerto de Santos: entre el poderío y la debilidad



En América del Sur, se destaca no solo por su tamaño sino por su ubicación estratégica. Emplazado en la región más desarrollada del subcontinente, su *hinterland* incluye siete estados, 75 millones de personas, 67% del PIB de Brasil y el 56% de la balanza comercial brasileña en valor.

Por Antonio López Crespo

Para el *ranking* que elabora anualmente la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Puerto de Santos, en Brasil, está entre los más relevantes de América Latina, por movimiento de carga en contenedores. Disputa el podio de la región con los de Colón y Balboa —que flanquean el Canal de Panamá por el Atlántico y el Pacífico—, todos con más de tres millones de Teus. Según el Índice de Calidad Portuaria que elabora América Economía, Santos se posicionó como segundo (80,4 puntos) detrás de Balboa (80,89) aunque con un mayor movimiento contenedores (3,68 millones de Teus contra 3,38 millones).

Si sumamos a estos tres puertos los de Manzanillo, en México, y de Cartagena, en Colombia, juntos superan los 15 millones de Teus, lo que demuestra el actual dinamismo de la actividad portuaria de América Latina: **la carga total movida por la región (entrada y salida) ha sido de unos 33 millones de Teus (2015)**, un extraordinario volumen si lo

comparamos con los 42 a 43 millones anuales de Estados Unidos y los 18 millones de Japón.

El Puerto de Santos se destaca en América del Sur, no solo por su tamaño, sino por su ubicación estratégica. Emplazado en el estado de São Paulo, la región más desarrollada del subcontinente, su *área de influencia (hinterland)* incluye los estados de São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás y el Distrito Federal, que en conjunto representan 75 millones de personas, 67% del PIB de Brasil y el 56% de la balanza comercial brasileña en valor.

A sólo 75 kilómetros de la ciudad de São Paulo, la más grande de América del Sur, el puerto opera articuladamente con los principales distritos industriales del estado, como sucede con el complejo industrial de Cubatão, que fuera una de las ciudades más contaminadas del planeta por su intensa actividad fabril y que, en 1992, recibiera de la ONU el título de ciudad-símbolo de la recuperación del

FOTO: APM TERMINALS. SERGIO FURTADO - ESTUDIOSAEREAES.

medio ambiente. El estado de São Paulo, aunque solo ocupa el 3% de la superficie del país, es sin duda el “motor económico” de Brasil, además de su región más poblada –con más de 45 millones de personas– y la de mayor desarrollo de América del Sur. Allí reside el centro industrial, comercial, financiero y de consumo más importante del subcontinente.

Catalogada como ciudad global de tipo Alfa, para muchos especialistas São Paulo se ha convertido en uno de los principales centros económico-financieros y el mejor lugar para hacer negocios en América Latina (ver “São Paulo, gigante brasileño”, en la pág. 50 de esta edición). Por su intensa actividad, los brasileños la han bautizado como “*a cidade que não pode parar*” (“la ciudad que no puede parar”).

Siendo la ciudad más relevante en términos económicos en América del Sur, es la décima en el mundo en términos de PIB. Las proyecciones de consultoras como PriceWaterhouseCoopers (PwC) y Brookings estiman que será la sexta más grande a nivel global en 2025.

Todo ello le otorga al Puerto de Santos, por su cercanía, un peso estratégico de enormes dimensiones. Atiende tanto los requerimientos de la producción industrial de São Paulo como los de la producción agrícola brasileña proveniente de los estados bajo su área de influencia. De hecho, **concentra prácticamente la mitad de la exportación agrícola del país y se ha convertido en el principal hub de la costa este de América del Sur.**

Su posición geográfica lo coloca como una pieza clave para el comercio exterior de aquellos estados que integran no solo su *hinterland* primario, sino la zona de influencia secundaria y terciaria, como Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Río de Janeiro, Espírito Santo, Bahía, Pernambuco, Rondônia, Tocantins, Sergipe y Paraíba.

Casi todo pasa por este gigantesco puerto: desde 18 millones de toneladas de azúcar, 17 millones de toneladas de soja, 15 millones de toneladas de maíz y todo tipo de productos. El Puerto de Santos mueve anualmente en general (contenedores, graneles, etc.) más de 100 millones de toneladas. Y sus muelles

Para 2024,
Santos moverá casi
tres veces la actual
cantidad de carga,
pasando de 90
millones de toneladas
a 230 millones,
y triplicará la cantidad
de contenedores,
aumentando
de 3,1 millones Teus
a 9 millones.

reciben casi la mitad (45%) de las importaciones que Brasil requiere para alimentar su importante desarrollo industrial. Según informes de la Companhia Docas do Estado de São Paulo (Codesp), administradora del puerto, el 27,3% del comercio exterior brasileño pasa por Santos, lo que significa casi 100.000 millones de dólares, entre exportaciones e importaciones.

Se trata de un poderoso puerto con 55 terminales que ocupan un área de casi ocho kilómetros cuadrados, con un sistema de accesos terrestres al puerto conformado por dos líneas de ferrocarril (Ferroban y MRS) y por dos autopistas, Anchieta e Imigrantes.

La Compañía Siderúrgica Paulista, vinculada a Usinas Siderúrgicas de Minas Gerais S.A. (Usiminas), empresa brasileña dedicada a la fabricación de productos de láminas de acero, también opera un puerto utilizando el mismo canal de tránsito de embarcaciones lo que constituye en la práctica una extensión privada del Puerto de Santos, que es de propiedad estatal.

Líder del mercado portuario brasileño, el Puerto de Santos atiende también las necesidades de otros países sudamericanos que embarcan y desembarcan sus cargas allí. En los últimos años, el puerto ha realizado una profunda transformación, asumiendo operadores privados el 76% de su gestión, como respuesta a la Ley

de Modernización Portuaria (8630/93) que incentivó la participación de esas empresas.

Ese proceso transformador del desarrollo portuario brasileño convocó a los principales operadores de terminales de contenedores del mundo que invirtieron en Santos. Brasil Terminal Portuario-BTP –*joint venture* entre la operadora danesa APM Terminals y la división de infraestructuras del grupo MSC-Terminal Investment Limited TIL, especializada en contenedores y graneles líquidos, con capacidad operativa de hasta 2,5 millones de Teus– invirtió 800 millones de dólares en sus casi 1.000 metros de muelle. Embraport –la empresa brasileña de terminales portuarias, un coloso del sector resultado de la alianza entre Odebrecht y DP World– también ha realizado fuertes inversiones en Santos: más de 650 millones de dólares en una terminal con capacidad para operar 1,2 millones de Teus en sus 653 metros de muelle.

El poderoso puerto brasileño recibe unas 5.500 embarcaciones anuales y algunos avances en el dragado para profundizar el canal de navegación le han permitido incrementar el tonelaje promedio por buque a casi 20.000 toneladas por barco, contra las 17.500 toneladas por buque de 2011, debido a la posibilidad de operar de buques de mayor tamaño.

Las dificultades de un gran puerto

Sin embargo, pese a su importancia, Santos tiene todavía importantes restricciones. El mayor puerto de América Latina y el responsable de la mayor parte del comercio internacional de Brasil ha sufrido dificultades con la expansión de los flujos de mercancías, en gran medida por la falta de logística de acceso de malla de infraestructura.

A ello debe agregarse que, frente a la reconversión de la industria del transporte marítimo que ha apostado por los grandes barcos del tipo del Triple-E de Maersk –barcos de carga de entre 366 y 400 metros de largo y 59 de ancho, capaz de transportar entre 15.000 y 18.000 contenedores marítimos estándar– Santos sólo puede operar con buques de hasta 333 metros de eslora. Por tanto, claramente, se requiere un avance en la



ampliación de sus obras de dragado para ampliar su canal de acceso.

El dragado de profundización y ensanchamiento del canal comenzó en 2009-10 y la intervención busca aumentar la profundidad del canal de 12 a 15 metros y su anchura de 150 a 220 metros, permitiendo un tráfico de dos vías y el acceso de buques de gran tamaño, como los Post-Panamax, con capacidad de 70.000 toneladas.

El crecimiento económico del país impone la necesidad de obras de ampliación de su capacidad, tal como se han previsto en el plan de modernización del puerto, para satisfacer la demanda de carga para el año 2024. En los años 2012 y 2013, las dificultades de acceso al Puerto de Santos, con grandes congestiones de camiones en los accesos, en especial para descargar los productos agrícolas en tiempos de cosecha, tuvieron amplia repercusión periodística. Los problemas no fueron solo estructurales, sino también ocasionados por la falta de eficiencia en los procesos portuarios.

El puerto de Santos está, por tanto, en un punto de inflexión en el que, a pesar de las mejoras producidas, aún muestra enormes dificultades en el flujo de las mercancías operadas.

La modernización avanza hacia una reorganización de las áreas para la instalación de

nuevas terminales de contenedores, graneles sólidos, líquidos y pasajeros. En las áreas de Conceiçãozinha y Barnabé-Bagres se moverán las cargas de sólidos a granel, ya que el mineral de sólidos a granel se maneja en Vicente de Carvalho. Los espacios destinados a la manipulación de graneles líquidos estarán situados en la isla de Barnabé y Alemoa, teniendo en cuenta que los terminales de carga líquida a granel requieren velocidad, debido a que la capacidad actual instalada es inferior a la demanda de este tipo de movimiento.

La adecuación parte de algunas proyecciones: de acuerdo con Codesp, para 2024 el Puerto de Santos estará moviendo tres veces la cantidad de carga,

La terminal de contenedores de Columbia-ITL dispone de una capacidad instalada para mover **1,8 millones de Teus**, una longitud de muelle de **1.110 metros** y un área operativa y de almacenamiento de **44 hectáreas**, con grúas STS diseñadas para manejar hasta **16.000 buques Teu**, pudiendo en la actualidad recibir buques de hasta **9.200 Teus**, lo que la pone en condiciones de constituirse en el **principal hub-port de la costa este de América del Sur**.

pasando de los actuales 90 millones de toneladas a 230 millones. Además la carga global representará el 53% de este volumen, la mayor parte sólida en un 30% y el volumen de líquido en un 17%. La cantidad de contenedores también se multiplicará por tres, aumentando de 3,1 millones de Teus a 9 millones.

Otra de las restricciones la constituye el alto costo del puerto. Los operadores portuarios apuntan a los costos laborales como principal responsable de la situación, aunque los representantes de los usuarios del puerto, como la Asociación Brasileña de los Exportadores de Café, acusan a los propietarios de navíos de una cierta cartelización de los costos de movimiento en las terminales. A ello debe agregarse una excesiva burocracia de sus actividades aduaneras.

En un interesante artículo sobre los puertos de la región en 2016, Antonio Zuidwijk, un destacado especialista, revela los desafíos de Santos en el contexto de los puertos brasileños: "La economía de Brasil es muy grande y (...) dentro de unos años, el panorama de los puertos brasileños va a cambiar. El puerto concentrador en el norte de Brasil será Suape, cerca de Recife. El puerto de Vitoria en el estado de Espírito Santo es un candidato a mitad de camino entre Suape y Santos. Ya tiene el mayor puerto de minerales de hierro del mundo, con una profundidad de 72 pies y buenas conexiones ferroviarias con las principales zonas del centro-este de Brasil. Las autoridades brasileñas tienen mucha confianza en que el puerto de Sepetiba, un puerto nuevo cerca de Río de Janeiro, se desarrollará como importante *hub-port*. También tiene gran calado, pero se debe construir todo lo demás que un puerto requiere, no solamente caminos y conexiones ferroviarias, sino también estructuras de logística, comerciales y bancarias (...). Sepetiba puede terminar como un elefante blanco, si el puerto de Santos finalmente encuentra su destino".

Zuidwijk adelanta: "Aunque las propias autoridades brasileñas todavía lo dudan, es probable que el puerto que reunirá en el futuro la mayoría de las exigencias para convertirse en el principal *hub-port* de la región será en o cerca de Santos.

FOTO: APM TERMINALS.



Rodovia dos Imigrantes.

Las ventajas de Santos son muy grandes: está instalado como el principal puerto de América del Sur para la carga general, tiene todo el *software* de un puerto grande, transitarios, compañías de logística bien instaladas, agentes marítimos especializados, despachantes, bancos y seguros especializados en asuntos marítimos. Además, cuenta con toda la infraestructura terrestre, vial y ferroviaria para servir a São Paulo y la

principal zona industrial del Brasil, que genera cerca del 40% del tráfico de carga general de la costa este de América del Sur. Tiene sus principales instalaciones portuarias para contenedores fuera de la ciudad, con plenas posibilidades de ampliación, sin entrar en conflicto con los intereses de los ciudadanos y sin las consecuencias desagradables que el tránsito pesado de un puerto significa para una ciudad”.

En esa dirección, debe destacarse la terminal de contenedores que opera el área que pertenecía a la empresa siderúrgica Usiminas. Situada en las proximidades de carreteras, con una excelente ubicación fuera de la ciudad y conexiones viales y ferroviarias directas al *hinterland* de São Paulo, está exenta de las congestiones que caracterizan al viejo puerto de Santos. La terminal concentra operadores de máxima experiencia como el grupo brasileño Columbia, un *holding* de empresas propias de comercio internacional, logística integrada, distribución de materias primas y de energía e International Trade Logistics (ITL), un *holding* argentino que está entre los operadores de terminales de contenedores más grandes y con mayor diversificación geográfica a nivel mundial, al que pertenece Exolgan. Juntos disponen de una capacidad instalada para mover 1,8 millones de Teus, una longitud de muelle de 1.110 metros y un área operativa y de almacenamiento de 44 hectáreas, con grúas STS diseñadas para manejar hasta 16.000 buques Teu, pudiendo en la actualidad recibir buques de hasta 9.200 Teus, lo que la pone en condiciones de constituirse en el principal *hub-port* de la costa este de América del Sur. ●

El puerto de Santos en números

Movimientos de cargas 2011-2015

RESUMEN DE MOVIMIENTOS DE CARGAS DE LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS					
AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
EXPORTACIÓN	62.876.977	71.952.023	79.480.769	76.574.936	87.565.704
IMPORTACIÓN	34.293.331	32.591.760	34.597.115	34.584.549	32.366.176
Total	97.170.308	104.543.783	114.077.884	111.159.485	119.931.880
CONTENEDORES (IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN)					
Unidades	1.915.292	2.013.922	2.177.307	2.374.426	2.453.881
Teus	2.985.922	3.171.685	3.448.879	3.684.845	3.779.999
Toneladas	31.605.104	33.342.714	36.020.107	39.046.549	41.196.385
FLUJO DE BUQUES					
Atracados	5.874	5.595	5.251	5.193	5.144

Fuente: www.portodesantos.com.br

Coordenadas:
 Latitud 23°58'00"S
 Longitud 46°20'00"O



Tiene una **longitud de muelle de 15.960 metros** y su superficie total es de **7,8 millones de metros cuadrados**. Cuenta con **55 terminales marítimas y retroportuarias y 65 atracaderos**, de los cuales **14 son terminales privadas** (Cutralé, Dow Chemical, Usiminas, Valefertil y Embraport).





WISeKey, empresa suiza líder en seguridad digital

+ La compañía crea plataformas digitales protegidas por el cifrado de la información, con innumerables usos para el comercio internacional como la firma electrónica, la identidad de personas y objetos, los pagos seguros y la protección contra el fraude y la falsificación.

En la era digital, en la que la protección de datos e identidades cobra una importancia sustancial para los negocios, la empresa suiza WISeKey ofrece servicios de seguridad informática y expande sus alianzas con nuevas filiales.

El español Carlos Moreira vislumbró,

en la primera mitad de los años '90, la transformación que experimentaría el comercio electrónico con la llegada de Internet. Director, en aquel momento, de los Puntos de Comercio, programa de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), Moreira creó un instrumento concreto para que vendedores y compradores se encuentren, hagan ofertas, validen su identidad y respetabilidad comercial y cierren operaciones: el **Electronic Trade Opportunities (ETO)**, aún reconocido por los principales actores del comercio mundial. El hecho de que algunos de los Puntos de Comercio más activos se hallaran en países poco desarrollados constituía una prueba del enorme potencial del programa.

Años más tarde, en 1999, Moreira lanzó WISeKey, empresa propia en la que se materializó la lección aprendida de que la **criptografía asimétrica** y las **infraestructuras de clave pública (PKI)** estaban llamadas a convertirse en instrumento tecnológico central para el comercio internacional y

muchas otras aplicaciones en las que se requiere autenticar las identidades de los participantes con certeza jurídica.

A medida que los avances tecnológicos crecían exponencialmente, WISeKey fue acentuando el ritmo de su expansión y consolidación empresarial, posicionándose como prestataria de servicios de seguridad digital, con uno de los más variados portafolios de servicios en el mundo, incorporando las más recientes innovaciones, del *blockchain* al Internet de las Cosas (IoT por su sigla en inglés).

El IoT, en vertiginoso desarrollo

El desarrollo vertiginoso del IoT y de las aplicaciones de inteligencia artificial está cambiando silenciosamente nuestras vidas. Los cambios pueden ser muy positivos, a condición de insertar dispositivos de seguridad que garanticen que nadie más, distinto al operario debidamente autorizado, pueda controlar los aparatos, artefactos o dispositivos conectados en la red mundial. Es precisamente ahí que se despliegan la tecnología y la experiencia de WISeKey.

¿De qué manera funcionan estas innovaciones? Los **objetos conectados** configuran **redes confiables** basadas en **autenticación mutua**, selladas por el reconocimiento de la identidad que recibe cada objeto y de la integridad de la información. Es lo que se llama una "plataforma de seguridad cibernética de confianza": solo los objetos conectados que puedan proporcionar una identidad reconocida y un informe de integridad válido se comunican con dispositivos similares que forman parte de la comunidad de confianza.

La **criptografía** o el **cifrado de la información** son la clave de estas interacciones. WISeKey opera la raíz criptográfica (RoT por su sigla en inglés) OISTE / WISeKey, infraestructura de clave pública (PKI) alojada en una bóveda en lo más profundo de los Alpes suizos, con los más altos niveles de seguridad.

Es de allí que parte la cadena de certificación y cifrado de las comunicaciones que autentican los dispositivos que entran bajo la protección tecnológica de la empresa. A esto se suma que su raíz de confianza es reconocida por los principales *browsers*.

La **habilidad para autenticar y administrar** de forma remota, en red, millones de objetos y equipos automatizados, se está difundiendo en multitud de lugares, desde el piso de la fábrica hasta el quirófano del hospital y cada vez más en el hogar. Muchos artefactos, como refrigeradores, relojes, máquinas de lavar, cámaras de vigilancia, alarmas y autos, se comunican a través de Internet.

Según Markets and Markets, el **mercado de seguridad del IoT crecerá de 6.890 millones de dólares en 2015 a casi 29.000 millones en 2020**, lo que quiere decir un crecimiento anual del 35%. Cada día tenemos más evidencias de que los objetos conectados se enfrentan a ataques regulares, lo cual genera una gran necesidad de soluciones de seguridad cibernética de extremo a extremo.

WISeKey en tres momentos clave

Varios momentos marcaron esta evolución entre 2016 y 2017. En primer lugar, en marzo de 2016 la compañía lanzó una oferta inicial de acciones (*initial public*



Carlos Moreira, fundador y director de WISeKey.



Root of Trust, bóveda en lo más profundo de los Alpes suizos, con los más altos niveles de seguridad.

offer) en la bolsa de Zurich, donde se cotiza bajo la identidad WISeKey International Holding (WIHN.SW).

En un segundo momento, en septiembre de 2016, la empresa adquirió VAULT IC, filial de Inside Secure, una prestigiosa empresa de identidad digital francesa. Con esta operación, WISeKey entró con pie derecho al mercado del IoT, uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía digital. VAULT IC produce **circuitos electrónicos integrados destinados a la creación de plataformas de confianza** para las comunicaciones entre objetos, entre objetos y personas o personas y personas, de punto final a punto final, de tal manera que las comunicaciones no puedan ser interferidas malintencionadamente. Además, son los mismos circuitos que se utilizan para efectuar y recibir pagos por telefonía móvil.

Acuerdo de colaboración entre la WTPF y WISeKey

WISeKey



TRADEPOINT
WTPF WORLD TRADE POINT FEDERATION

La **Holding Internacional WISeKey** (WIHN.SW) y la **Federación Mundial de Centros de Comercio** (WTPF por su sigla en inglés) firmaron un acuerdo de colaboración estratégica en la ciudad de Ginebra, Suiza, en octubre de 2016.

Los términos de este acuerdo sientan las bases para desarrollar una **plataforma segura de comercio internacional**, que incorpora una raíz criptográfica confiable de WISeKey / OISTE, una infraestructura de clave pública (PKI) que permite emitir certificados digitales de confianza y así autenticar y proteger las credenciales y las transacciones digitales entre vendedores y compradores.

El Eco-Sistema de Identidad para los Centros de Comercio y de las redes de negocios que resultará de esta colaboración tendrá una capa extra de seguridad. El sistema incluirá una aplicación de **Oportunidad Electrónica de Negocios** (ETO, por su sigla en inglés), que utiliza un proceso de seguridad en el que los usuarios son validados, en primer lugar, por una combinación de biometría, nombre de usuario, contraseña y certificado digital; y, en segundo lugar, un código generado en tiempo real por la red de centros de comercio, que tiene una relación localizada con el usuario ETO.

De esta manera, **la WTPF prestará servicios más sofisticados y diversificará su oferta**, lo cual se debe traducir en ingresos adicionales por derechos de membresía, transacciones, publicidad y patrocinios pagados.

Al panorama actual de la compañía se sumará en un futuro muy cercano una nueva adquisición, cuya firma ya se efectuó: **QuoVadis, empresa de certificación digital domiciliada en Bermudas, con actividades en Suiza, Alemania, Países Bajos, Bélgica, Reino Unido y Bermudas.**

QuoVadis ofrece una Infraestructura de Clave Pública administrada (mPKI por su sigla en inglés), emite certificados digitales TLS / SSL para seguridad en la Web y procura servicios de identidad digital (eID) para autenticación, cifrado y firma digital. Es un proveedor de Servicios de Fideicomiso Calificado (TSP) establecido tanto en la Unión Europea bajo el reglamento eIDAS para eID y transacciones electrónicas, como en Suiza bajo ZertES. La compañía tiene una experiencia significativa en la identidad digital para usos gubernamentales, incluyendo los programas holandeses PKIoverheid y eHerkenning y Swiss SuisseID.

QuoVadis es la única autoridad de sellado de tiempo (TSA por su sigla en inglés) reconocida en múltiples países. Esta operación permite probar la certeza de la preexistencia de determinados documentos electrónicos en un momento particular, lo cual forma parte de los procesos de firma electrónica.

Alianzas estratégicas, empresas conjuntas y nuevas filiales

En 2016, WISeKey realizó lanzamientos estratégicos de filiales en Argentina e India.

WISeKey Argentina es el resultado de una alianza entre WISeKey ELA (empresa española con sede en Bilbao), **Inversión AC & Consultant SA y Trend Technologies SA** (ver recuadro). **Carlos Moreira, fundador, presidente de la junta administrativa y gerente de WISeKey International Holding**, asegura: "Ofrecemos las mejores condiciones y estamos seguros de nuestro potencial de crecimiento en la Argentina y la región".

Según **Daniel Corrado, Presidente y CEO de WISeKey Argentina**: "Estamos frente a un escenario en que se explotan las capacidades de ambas empresas para ampliar la oferta de servicios de seguridad cibernética".

La puntada final es la alianza firmada en India con la empresa India Potasa Limited - IPL. WISeKey aportará la creación de un ecosistema de seguridad cibernética destinada a servir los intereses de **140 millones de agricultores indios.** WISeFarmers sintoniza la economía digital utilizando la plataforma de WISeKey India. La tecnología va a rastrear el movimiento de una bolsa de fertilizante de

la fábrica hasta los campos del agricultor, aportando un control administrativo que se traducirá en mejores rendimientos para todos, incluso para el gobierno indio.

El acuerdo de WISeKey incluye la radicación de la plataforma de ciberseguridad de WISeKey en India, es decir, la apertura de una **raíz criptográfica local.** Esto se integra con el **Digital India Vision**, que consiste en la introducción de una variada gama de **soluciones de gobierno electrónico**, como la automatización de los impuestos sobre la renta, la emisión de una identidad digital para todos los ciudadanos, el derecho de sociedades, la licitación y contratación electrónica de trabajos públicos, apoyadas sobre infraestructuras de clave pública.

La ejecución del primer proyecto de WISeKey India con la IPL está en fase de desarrollo: actualmente se preparan chips y claves asimétricas para autenticar un gran número de productos cuya entrega e instalación está prevista para este año. La repercusión sobre los ingresos consolidados de WISeKey será de al menos **20 millones de francos suizos (unos 18,6 millones de euros)** y esta es tan solo una de las posibles aplicaciones de la empresa en una de las economías emergentes con más potencial en el mundo. ●

Contacto: Youmna Abisaleh - Marketing y Comunicaciones
 yabisaleh@wisekey.com +41 22 594 3040

WISeKey Argentina

Como una de las apuestas a la modalidad de alianzas estratégicas desarrollada en los últimos años, WISeKey International Holding (WIHN) ha concluido, a través de WISeKey ELA —empresa española con sede en Bilbao—, AC Investment & Consultant S.A. y Trend Technologies S.A., un acuerdo de operación conjunta para la creación de una nueva empresa denominada **WISeKey Argentina**, con el objetivo de extender la presencia global de la compañía al país sudamericano.

"Las perspectivas económicas para Argentina son muy positivas y esta operación conjunta permitirá a WISeKey responder a la dinámica del mercado de forma más rápida —afirma **Carlos Moreira, fundador y director general de WISeKey International**—. La nueva empresa cuenta con las mejores condiciones para implantar nuestra tecnología en la región y acelerar el crecimiento".

La expansión global de WISeKey en los últimos años se ha centrado en el **desarrollo de empresas conjuntas con socios estratégicos**, permitiendo a la

empresa desplegar sus tecnologías de seguridad de la información y aplicaciones para objetos conectados en economías emergentes en India —caso mencionado en este artículo—, Brasil, China y Argentina. Estas empresas conjuntas son desarrolladas con socios locales que abren el mercado aportando clientes y contratos.

El reto, en este panorama, es responder a la demanda de soluciones de **ciberseguridad, identidad digital y privacidad, seguridad de comunicaciones móviles, computación segura en nube, objetos conectados, semiconductores seguros, blockchain y otras tecnologías innovadoras** que WISeKey ofrece en su amplio portafolio de productos.

La nueva operación en Argentina contempla la posibilidad de extenderse a otros países de América Latina y planea operar desde un centro de datos de alta seguridad localizado en la región. WISeKey Argentina tiene una participación accionarial del 49% por parte de los nuevos socios, mientras que un 51% queda en manos de WIHN.

WISeKey Argentina abrirá una raíz de confianza y una infraestructura de clave pública (PKI) y creará una autoridad de certificación de confianza con reconocimiento internacional, enmarcada en una estrategia de seguridad.

La **infraestructura de clave pública**, que funciona con criptografía asimétrica, es el eje central de todas estas iniciativas, al añadir la seguridad necesaria —cifrado y firma digital— a las transacciones electrónicas.

Daniel Corrado, futuro Presidente & CEO de WISeKey Argentina, asegura: "La operación conjunta le proporcionará a WISeKey una plataforma en Argentina para expandir los productos líderes de la marca en este mercado de alto crecimiento con un enfoque consolidado, integrando tecnologías y servicios locales para ofrecer soluciones innovadoras a la clientela nacional. **Se trata de una alianza estratégica que nos permitirá ampliar la oferta de servicios en ciberseguridad de manera rápida y eficiente, aumentando sustancialmente ingresos y rentabilidad**".

Un reloj que atrasa

El nuevo impulso del proteccionismo
antiglobalización

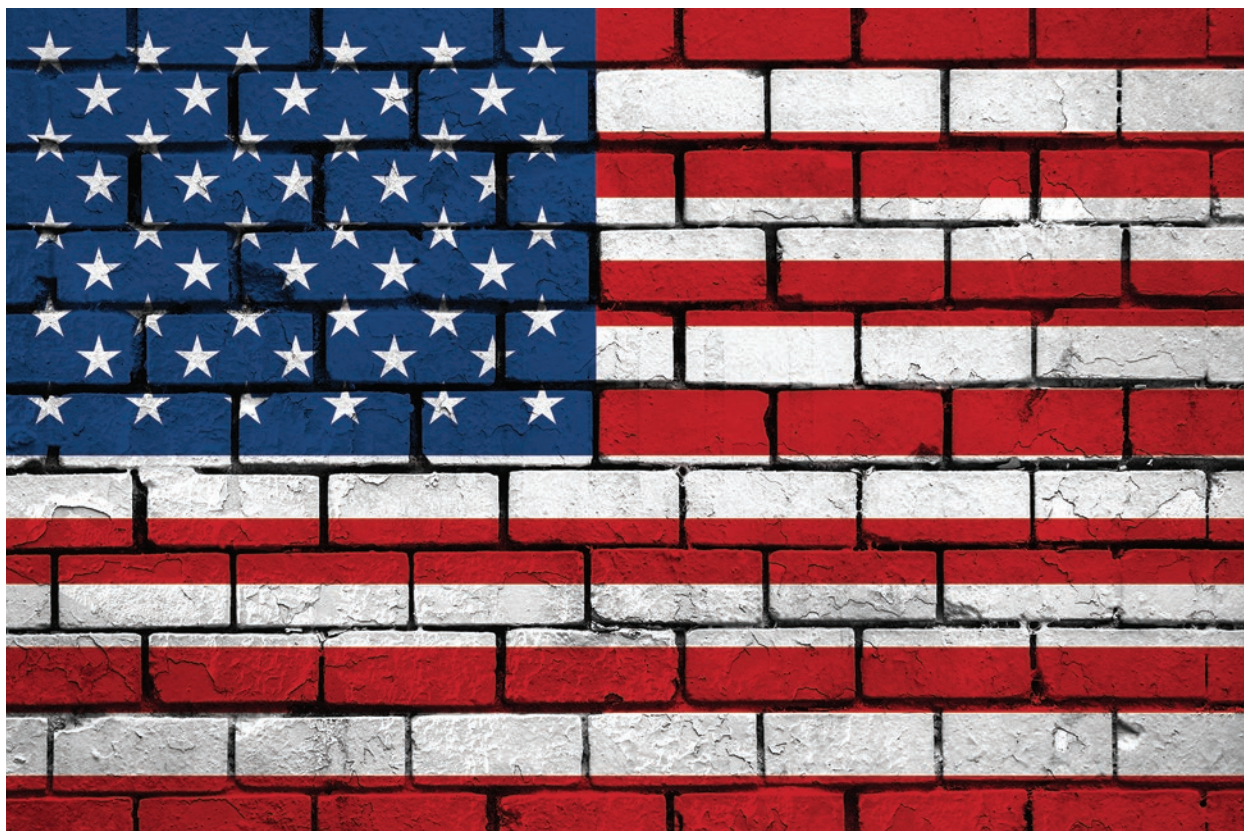
Por Antonio López Crespo



FOTO: TAKENOBU/ISTOCKPHOTO.COM

Informe realizado para **MARCO TRADE** revista por:

 **OICEX**
OBSERVATORIO IBEROAMERICANO
DE COMERCIO EXTERIOR



Un reloj que atrasa

El nuevo impulso del proteccionismo antiglobalización

Por Antonio López Crespo

Karl Hess fue un controvertido personaje de la política estadounidense: tras años en activismo en el Partido Republicano, fundó la *New Left*, para terminar definiéndose como un “anarquista de mercado”. Pese a sus vaivenes, hace más de 30 años señaló con agudeza: “La derecha moderna rechaza el capitalismo porque, mientras predica la empresa, practica el proteccionismo; así como la izquierda moderna rechaza al libertarismo porque, mientras predica el

individualismo, practica el colectivismo.”

Desde hace un tiempo y de manera creciente, la globalización y su condición liminar, el libre comercio, soportan el acoso de un amplio, contradictorio y sorprendente círculo de opositores. Para asombro de los analistas más avezados, desde contradictores de las izquierdas más radicalizadas a exponentes de las derechas más conservadoras, confluyen en una misma prédica. No importa que sean representantes del Tea Party, *outsiders* como Donald Trump o Nigel Farage, neonazis de distinto calibre o voceros de un izquierdismo infantil que abreva en las fuentes cubanas y pueden provenir desde el Podemos español al seudoprogresismo latinoamericano, pasando por los más diversos movimientos antiglobalizadores.

Los unen varias concepciones singulares: la vocación populista, el sueño de una democracia directa, la incompreensión ominosa de los cambios históricos y culturales ocurridos en las últimas décadas y los que ahora mismo están ocurriendo y cierta cándida creencia en la voluntad individual

como motor de la historia. Trump, en el discurso inaugural de su acceso a la presidencia del país más poderoso de la Tierra, no dudó en ratificar esa creencia: “Vamos a traer de vuelta nuestros puestos de trabajo. Vamos a traer de vuelta nuestras fronteras. Vamos a traer de vuelta nuestra riqueza y vamos a traer de vuelta nuestros sueños”.

Esa oposición coincide en que la globalización, como ha señalado el nuevo presidente de Estados Unidos: “Ha sido solo una carnicería que se ha robado demasiadas vidas y robado mucho potencial. Esta carnicería estadounidense se termina aquí y ahora”. Omite que, durante décadas, ha existido un notable acuerdo sobre los beneficios brindados por la globalización y que los mismos no han alcanzado solo a los países más ricos sino que ha permitido el progreso de los más pobres y en desarrollo.

Por eso el presidente chino, Xi Jinping, en su discurso de inauguración del Foro Económico de Davos en enero pasado, recordó la importancia de “permanecer

ILUSTRACIÓN: MCLÓZANO

comprometidos con el desarrollo del libre comercio y la inversión para promover la liberalización y la facilitación del comercio, a través de la apertura”. Apelando a los líderes mundiales, Xi señaló que la economía global “es un gran océano del que uno no puede escapar” y por eso el mundo debe decirle “no” al proteccionismo. “Cualquier intento de cortar el flujo de capitales, bienes y personas entre economías y redirigir las aguas hacia lagos aislados simplemente no es posible”, agregó.

El presidente Xi reconoció que también China tuvo, al comienzo del proceso, dudas sobre la globalización y la incorporación a la Organización Mundial del Comercio (OMC), pero comprendió que la integración en la economía global “representaba una tendencia histórica” irreversible. Retroceder hacia los esquemas cerrados de estados-nación operando aisladamente en el mundo ya no es posible.

Sin embargo, mucha gente—incluso decisores políticos relevantes— se muestran perplejos, cuando no indignados, ante el rápido reemplazo de puestos de trabajo por robots, ante cambios tecnológicos que transforman en obsoletas a industrias que habían sido exitosas, mientras olas de migrantes económicos y refugiados políticos y de guerra sacuden el espacio urbano de nuestras ciudades. Y en lugar de encarar nuevas soluciones para los nuevos problemas que plantea la globalización, creen posible retroceder un siglo a la era de la manufactura.

El debate británico que concluyó en el Brexit y la reciente elección presidencial en Estados Unidos se han mostrado marcados por esa creencia. Nadie lo ha hecho más explícito que Trump: “El libre comercio es comercio estúpido”, declaró ante periodistas europeos, explicando que en Alemania se veían muy pocos Chevrolets mientras en Estados Unidos pululaban los Audi, BMW y Mercedes Benz. Es decir que, para el presidente de la primera potencia mundial, los autos —en plena globalización— siguen teniendo “nacionalidad” y el comercio “no estúpido” debería responder casi a un equilibrio digno de arsenales nucleares. Es descorazonador contemplar tanto atraso conceptual.

La respuesta de los directivos de BMW



Xi Jinping, presidente de China, en el Foro Económico de Davos.

fue contundente: Estados Unidos debería preocuparse por hacer mejores coches, más competitivos, a mejores precios y tratar de venderlos en todos los mercados del mundo. Coincidían con lo que declaraba el ministro de Economía alemán, Sigmar Gabriel, al periódico Bild: “En lugar de penalizar a los fabricantes germanos, Estados Unidos debe responder con la fabricación de mejores autos y más deseables para el consumidor”. En respaldo a BMW, Matthias Wissmann, presidente de VDA, organización rectora de la industria automotriz alemana, fue más lejos, mostrando la contribución de las empresas automotrices alemanas a la economía estadounidense: solo durante los últimos siete años, ha cuadruplicado la producción de vehículos ligeros en ese país hasta alcanzar 850.000 unidades, más de la



Donal Trump, presidente de los Estados Unidos.

mitad de los cuales son exportados: “En el largo plazo, Estados Unidos se estaría disparando en el pie si impone tarifas u otras barreras comerciales”, dijo.

Las políticas comerciales planteadas por los contradictores de la globalización y lideradas hoy por Donald Trump pueden, pese a su inviabilidad de largo plazo, provocar una conmoción en el comercio mundial al modificar, tras décadas, la forma en que Estados Unidos hace negocios con el resto del mundo. Romper acuerdos vigentes de libre comercio, como el NAFTA, amenazar con retirarse de la OMC o imponer restricciones a las cadenas internacionales de valor pueden significar verdaderos terremotos en los negocios globales.

Así lo intuyen prestigiosos columnistas de la prensa mundial. Xavier Vidal-Foch, de El País España, ha señalado que el “fantasma” más peligroso que gira alrededor de Trump es el “devastador impacto de una política hiperproteccionista de la industria nacional” y recuerda el impacto de esas políticas cuando las tomó el ex presidente Herbert Hoover (1929-1933), quien con su política de “enriquecer a la propia nación empobreciendo al vecino” terminó reduciendo un tercio del comercio entre Estados Unidos y Europa, agravando las consecuencias de la Gran Depresión y alimentando el ascenso final del nazismo.

Michael Gerson, del USA Today, llamó las expresiones de Trump como un intento necio “de golpear al *establishment* y hacer promesas peronistas (sic) para revertir la globalización”. Declarar su llegada a la Casa Blanca como el “Día Nacional de Patriotismo” parece ir en ambos sentidos.

La pretendida voluntad de crear empleos en Estados Unidos, cerrar un déficit comercial de más de 800.000 millones de dólares y obtener “buenos acuerdos” para los estadounidenses —objetivos de la nueva administración—, debería pasar por reconocer que el país se concentró por años en dos grandes segmentos de la economía: finanzas y seguros —“la aspiradora de dólares” a la que aludía una investigación de la New Economics Foundation (NEF) londinense en 2004— y que fueron, a la postre, los sectores causantes de la crisis global del 2008. Mostrando una



especial incoherencia, la actual administración estadounidense convoca a hombres de Goldman Sachs a hacerse cargo del déficit y el desempleo que ellos mismos causaron.

El objetivo manifiesto de Trump de “volver a hacer grande a América”, con políticas proteccionistas destinadas a recuperar empleo –“Recobramos nuestros trabajos (...) reconstruiremos nuestro país con mano de obra estadounidense (...)”. Cada decisión en comercio, impuestos, relaciones exteriores e inmigración se tomarán en beneficio de las familias de este país siguiendo dos reglas simples: **compra estadounidense y contrata a estadounidenses**” – solo puede provenir de tres alternativas igualmente peligrosas: **una mentira flagrante, una ignorancia supina o una alucinación nacionalista.**

En primer lugar, porque Estados Unidos no padece un desempleo agudo. La herencia recibida de la presidencia de Barack Obama fue haber reducido la falta de trabajo al 4,8% cuando la crisis financiera, provocada por la especulación de bancos y fondos de inversión, la había llevado por encima del 10% en 2009. Lo que ha caído ha sido el empleo manufacturero, sobre todo en estados como Illinois, Ohio y Pennsylvania (decisivos para la victoria de Trump) que solo representan el 9% del

empleo de Estados Unidos, que ha visto crecer de manera extraordinaria la demanda de empleo en el sector servicios y de tecnología, lo que explica la baja tasa general de desempleo.

En segundo lugar, porque esa caída del empleo manufacturero no se debe solo al ingreso de productos de México, China o Alemania –como acusa Trump– sino básicamente al **cambio tecnológico que vive toda la economía global.** Se trata de una tendencia universal que ha llevado a que Alemania proyecte, desde 2013, un plan estratégico para llevar su producción a una total automatización e independencia de la mano de obra humana. En el mismo camino se encuentra la industria de

Las **exportaciones chinas se dispararon un 7,9% anual en enero 2017**, muy por encima de lo esperado tras caer en 2016, según su Administración de Aduanas. Lo mismo sucedió con sus importaciones, otra **señal de recuperación de la segunda economía mundial.**

Las exportaciones del gigante asiático, principal potencia comercial del planeta, totalizaron **182.800 millones de dólares y las importaciones subieron 16,7%, a 131.400 millones de dólares** (enero 2017).

buena parte del planeta. Para mantener su ventaja competitiva y automatizar su producción, China apela a robots industriales hechos en Europa. Los días en los que sus empresas asentaban su fortaleza en empleados baratos y dedicación completa han quedado atrás.

La automatización se expande desde industrias pesadas como la fabricación de autos hacia sectores que requieren robots más precisos y flexibles, capaces de manejar y ensamblar productos pequeños, como electrónicos y ropa.

Un estudio del Instituto McKinsey estima que lo mismo sucederá en Estados Unidos, donde el 60% de los trabajos manufactureros serán automatizados en los próximos cinco años. Y si el capricho de la nueva administración estadounidense lograra el improbable retorno de algunas compañías al país, los nuevos trabajos necesariamente deberían ser reemplazados por procesos más automatizados para compensar los mayores costos.

Para intentar aquietar la incertidumbre, el mandatario chino Xi Jinping remarcó en Davos que el suyo es un país responsable, que mantendrá muy abierta la puerta al mundo: “Una puerta abierta permite a los demás países acceder al mercado chino y a China integrarse al mundo –dijo–. Esperamos que otros países mantengan también sus puertas abiertas a los inversores chinos”. Para mostrar hasta dónde está China dispuesta a llegar, señaló que el objetivo es “crear una red global de acuerdos de libre comercio, abriendo sus brazos al resto de los países para que se suban al tren de alta velocidad del desarrollo chino”.

Una tendencia con historia

Hay que reconocer, sin embargo, que el incremento de las posiciones favorables a “buscar el propio beneficio a costa de empobrecer al vecino” es anterior a la irrupción del Brexit o de Trump y responde a **corrientes populistas que se niegan a explicar los cambios estructurales de la economía global y pretenden simplemente retroceder un siglo restaurando el proteccionismo.**

El derrumbe del sector manufacturero estadounidense que marcó gran parte de la elección de Trump, con seis millones



de puestos de trabajo perdidos en el ciclo 1999-2011, no solo se explica por el ascenso de China y otros países emergentes. Es cierto que esos países, en parte, pudieron beneficiarse del proceso globalizador. Pero vale recordar qué se pensaba en Estados Unidos 10 años atrás, cuando festejaban que las ganancias de la globalización se quedaban preferencialmente en su país. *The New York Times* se hacía eco de esa visión en un artículo en febrero de 2006 —“Tiembra el *made in China*”—, en el que sostenía que “a menudo *made in China* solo quiere decir algo producido principalmente por compañías multinacionales en Japón, Corea del Sur, Taiwán y Estados Unidos, que usan a China como estación de montaje final en sus vastas redes mundiales de producción”. Esta cadena de producción global, sostenía *The New York Times*, “está distorsionando de modo creciente las cifras globales del comercio y tiene el efecto de hacer aparecer a China como una mayor amenaza comercial de lo que realmente es”.

Para esa visión, los grandes ganadores eran “los consumidores de Estados Unidos y otras economías avanzadas, como resultado del desplazamiento de la producción final de juguetes, ropa, artefactos electrónicos y otros productos de países asiáticos a China, que es más barata.

China se queda con los beneficios salariales de la globalización, pero no con las ganancias de la globalización

Las corporaciones multinacionales estadounidenses y otras compañías extranjeras, incluidas las cadenas minoristas, son las manos en gran medida invisibles que se encuentran detrás de las fábricas que lanzan al mercado estos productos baratos y son las que se quedan con la mayor parte de las ganancias del comercio”.

Para Dong Tao, economista de UBS, citado por el periódico: “El mayor beneficiario de todo esto es Estados Unidos. Una muñeca Barbie cuesta 20 dólares, pero China solo recibe 35 centavos de dólar”.

Yasheng Huang, profesor del MIT, destaca: “Básicamente, en la década de los '90, firmas extranjeras con sede en Estados Unidos, Europa, Japón y el resto de Asia trasladaron sus operaciones manufactureras a China. Pero el control y, en consecuencia, las ganancias de estas operaciones quedan

firmente en manos de las firmas extranjeras. China se queda con los beneficios salariales de la globalización, pero no con las ganancias de la globalización”.

Una década después, ese discurso ha cambiado: para Trump, China pretende matar de hambre a los estadounidenses y acusa: “Lo que China le ha hecho a Estados Unidos es uno de los mayores robos de la historia del mundo”. Ya en 2011, escribía en las redes sociales: “China es nuestro enemigo, ellos nos quieren destruir”. Un año más tarde, mostraba su ignorancia al sostener: “El concepto del calentamiento global fue creado por y para los chinos para hacer que la manufactura de Estados Unidos no sea competitiva”. En enero de 2016 dijo que había escrito la frase en broma.

Un estudio del economista David Autor, del MTI, reconoce que el declive del país se ha visto acompañado de ganancias en China, pero advierte que el comercio también ha creado empleo, contribuyendo a reducir los precios de muchos productos y servicios, lo que en promedio ha reducido el costo de vida: “El crecimiento de las importaciones de China de 1999 a 2011 le costó a Estados Unidos alrededor de 2,4 millones de puestos de trabajo”. La cifra ni se acerca a los seis millones que se perdieron. En eso coincide un informe del Instituto de Estudios del Trabajo en Bonn, Alemania, que cuantifica en 44% el impacto de las importaciones chinas en la pérdida de empleo manufacturero en Estados Unidos, de lo que habría que restar los puestos de trabajo creados alrededor de los servicios comerciales.

Desarrollo tecnológico y empleo

El desarrollo tecnológico ha impactado en el empleo en todas las regiones del mundo. Y lo seguirá haciendo. Basta con repasar la planta de trabajadores de las empresas telefónicas, de los bancos o de las grandes automotrices para observarlo. Pero ha afectado de manera más severa a aquellos países que han sido incapaces de generar nuevas industrias que absorberían la demanda de empleo. En la pérdida de puestos de trabajo, además, no solo ha jugado un papel la automatización, sino también la puesta en marcha de procesos

más eficientes y el traslado de la manufactura a otros países, como Malasia, Camboya, India, Honduras, entre otros.

La simplificación y la paranoia propias del pensamiento populista prefirieron el camino fácil de la búsqueda de “enemigos” que dieran pábulo a su retórica proteccionista: “Tenemos que impedir que nos roben nuestros trabajos”, afirma Trump. La verdad, en el caso de Estados Unidos, la expone con sensatez Gary Hufbauer, un experto en comercio del Instituto Peterson de Economía Internacional: “El problema en Estados Unidos es que no hemos hecho demasiado para ayudar a aquellos que han perdido su trabajo, a través de apoyo del sistema de seguridad social o de formación laboral (...). En la última década, no ha habido crecimiento en los ingresos familiares en Estados Unidos ni en Europa, ni tampoco en Japón. La gente no está contenta y, si se trata de echar la culpa a alguien, es fácil hacerlo con los extranjeros”.

Sara Hsu, en un lúcido artículo en la revista *Forbes* (“The ugly truth about Donald Trump's China Policies”), destaca que numerosos economistas han señalado: “Ese objetivo no es plausible, pues muchos procesos de manufactura se están volviendo cada vez más automatizados”. Y recuerda: “Eso es lo que Walmart ha experimentado en su intento por traer de vuelta empleos. La compañía se vio incapaz de fabricar productos al mismo bajo precio cuando usó mano de obra estadounidense y se vio forzada a mecanizar la producción (...) El aumento de tarifas a ese nivel resultará en un aumento de los precios de los productos de consumo y el impacto en la generación de empleo será pequeño”.

Aunque el proteccionismo pueda resultar atractivo para políticos sometidos a la presión de un electorado cada vez más irritado por la falta de progreso económico, su efecto resulta siempre en un incremento de los precios que pagan los consumidores. Un ejemplo lo constituyó la respuesta de Obama, en 2012, ante la inundación de neumáticos baratos provenientes de China y la consiguiente indignación de los fabricantes locales. El ex presidente aplicó una medida

Principales mercancías que vende China

En % del total



Equipos para telecomunicaciones	11,20
Máquinas de procesamiento de datos	11,13
Artículos manufacturados diversos	9,12
Prendas de vestir	7,79
Maquinarias y aparatos eléctricos	7,52
Enseres y efectos personales	6,27
Maquinaria no eléctrica	6,24

Principales mercancías que compra China

En % del total

Combustibles	17,22
Circuitos electrónicos integrados	12,10
Productos químicos	9,82
Maquinaria no eléctrica	6,24
Alimentos	4,99
Instrumentos científicos	4,80
Automóviles	4,07

proteccionista —aranceles compensatorios— que fue festejada por los consumidores. Como resultado, los aranceles implicaron que los consumidores estadounidenses pagaran 1.100 millones de dólares más por sus neumáticos, según un estudio del Instituto Peterson, y que cada puesto de trabajo salvado costó en la práctica unos 900.000 dólares, sin que ello generara mejoría alguna para los trabajadores implicados.

Pero los detractores de la globalización y el libre comercio se niegan a reconocer que buena parte de la pérdida de

empleo a nivel global viene de la mano de la Cuarta Revolución Industrial y la consiguiente automatización. Y que esa será una tendencia creciente que requerirá nuevas y creativas políticas públicas para mitigar sus consecuencias.

Mientras, desde una visión estrecha, Trump extrema hasta la beligerancia su diagnóstico —“No es libre comercio; es comercio estúpido. China arroja todo lo que tiene aquí...”—, el mundo recorre asombrado la fascinante galería de transformaciones que presenta la nueva Revolución Industrial con una convergencia de tecnologías digitales, físicas y biológicas, que están cambiando el mundo a escala desconocida y velocidades extraordinarias.

Lo que la globalización no supo responder

A finales de 2016, un informe del World Economic Forum ya advertía sobre la creciente oposición y la necesidad de revertir el retroceso de la globalización, señalando la falta de comprensión sobre cuál ha sido el verdadero motor del crecimiento del comercio en las últimas décadas y las reales causas de la actual desaceleración.

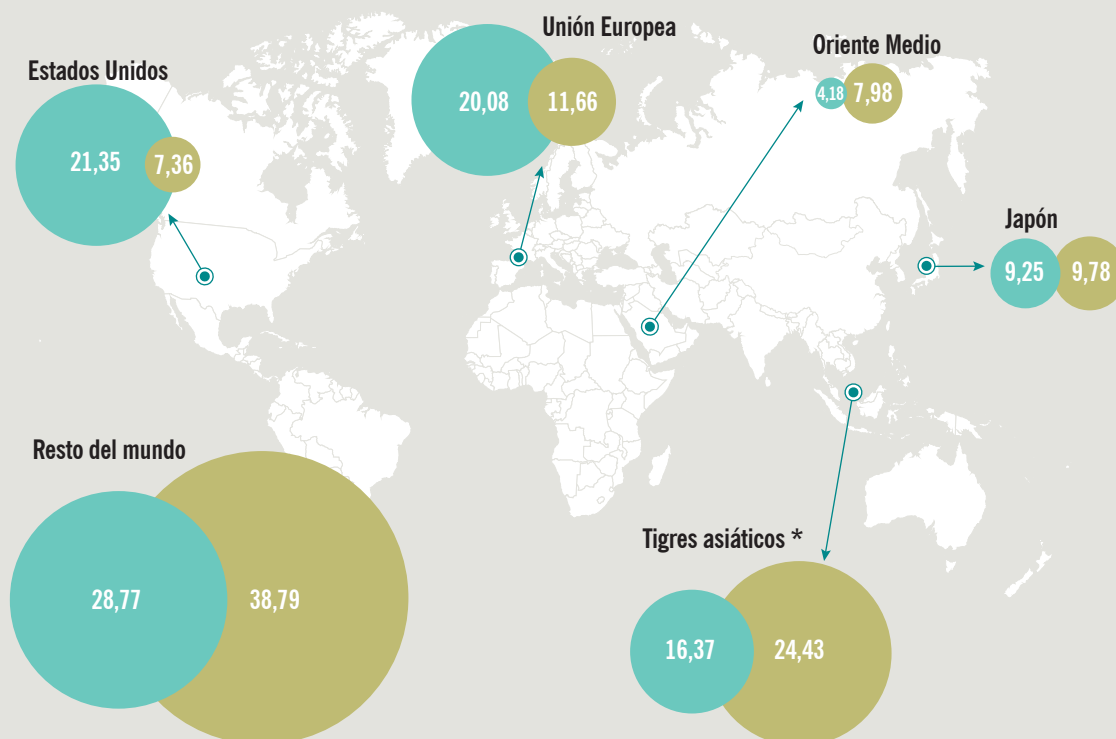
Organismos como el Fondo Monetario Internacional (FMI) confunden síntoma con diagnóstico cuando señalan que tres cuartas partes de la desaceleración del crecimiento del comercio proviene de una “debilidad generalizada de la actividad económica”, en especial de la inversión, y plantean la necesidad de reactivar el “ciclo virtuoso del comercio internacional y el crecimiento”, sin avanzar sobre las verdaderas causas de la situación actual.

Está claro que la liberalización del comercio y el desmantelamiento de las barreras comerciales que se habían erigido durante la Segunda Guerra Mundial permitieron a las empresas multinacionales, en el período 1950-1980, obtener extraordinarias ganancias, mientras los precios de las materias primas de los países menos desarrollados se mantenían en niveles muy bajos. Pero el proceso de globalización posibilitó, a través de tres fenómenos tecnológicos sincrónicos —la expansión de la Red y el abaratamiento de los fletes marítimos (Panamax) y de las comunicaciones (fibra óptica)— la

Destino de las exportaciones y origen de las importaciones de China

En % del total de mercancías

● Exportaciones ● Importaciones



Fuente: Organización Mundial del Comercio.

*Hong Kong, Corea del Sur, Singapur, Tailandia, Taipei y Malasia.

deslocalización productiva en busca de mejores costos y acceso más directo a las materias primas necesarias.

El libre comercio, que había sido contrastado por los países más pobres como una de las causas de sus males, pasó a significar la puerta para su producción, aunque las ganancias de esta permanecieran todavía mayoritariamente en manos de las empresas que se habían trasladado a su territorio. La secuela de transferencia de tecnología y la posibilidad de esos países de especializarse en los sectores en los que eran más productivos inició un camino de desarrollo que condujo, no solo a un mayor crecimiento, sino a superar niveles ominosos de pobreza y alcanzar niveles de vida superiores para amplios sectores de su población. Países emergentes de Asia como **Corea del Sur, China e India** son ejemplos significativos de ese proceso, al que se han sumado países de América Latina y África.

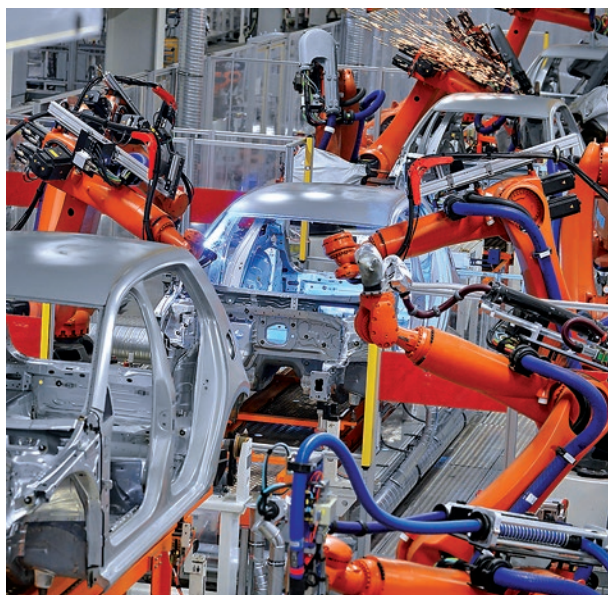
La defensa actual de la libertad de comercio por parte de esos países, encabezados por China, no tiene otra explicación.

Sin embargo, la fe en los efectos benéficos de la globalización no permitió ver que la expansión del comercio internacional —y de las ganancias consiguientes— se estaban agotando al ritmo de la reducción de las barreras comerciales, tal como enseña la teoría económica. A comienzos de los '90, cuando los aranceles y otras barreras al comercio ya eran muy bajos, los beneficios producidos por la liberalización comercial habían empezado a menguar.

La irrupción de grandes jugadores globales, fruto de aquella globalización, como China, India, Brasil o Rusia (los BRIC), y sus nuevas y crecientes demandas energéticas, alimentarias y de minerales para atender la expansión de su desarrollo se constituyeron entonces en un

factor decisivo en el incremento de los precios de las materias primas y en el motor de una etapa que provocó un auge de dos décadas en los precios de esas materias. La consecuencia de esos altos precios —teniendo en cuenta que las materias primas representan una gran parte del comercio mundial— fue la posibilidad de mantener altas tasas de crecimiento mundial y un *boom* en el valor total del comercio global.

Pocos advirtieron que la “**década de oro**” de las materias primas era la verdadera causa del fortalecimiento del comercio y del crecimiento mundial. Economistas y políticos de todo el mundo —siguiendo la tendencia dominante— atribuyeron esos resultados a la liberalización del comercio, robusteciendo la idea de que ampliar los límites de la globalización significaría una expansión extraordinaria de la riqueza para todos. Era



el llamado a una “hiperglobalización”.

Dani Rodrik, profesor de la Universidad de Harvard y uno de los economistas más lúcidos, fue de los pocos que advirtió las consecuencias desalentadoras de esa “hiperglobalización” que da pie ahora a los extravíos proteccionistas de Trump y muchos otros. Para él, la globalización había puesto en cuestión las relaciones entre democracia, Estado y futuro de la economía mundial. Y esas tensiones debían resolverse articulando el rol de los Estados con el proceso globalizador, evitando tanto la expansión extrema de los mercados —“hiperglobalización”— como el retorno a posturas rancias de un nacionalismo populista —proteccionismo—.

Era necesario verificar que, a medida que los mercados ganan peso en las decisiones, los Estados lo pierden, con una incidencia riesgosa para las democracias. Estados y mercados debieran ser complementarios: **un Estado fuerte, dirigido a promover el desarrollo, la estabilidad y la democracia, con mercados abiertos y globalizados.** Es el modelo de desarrollo que siguieron muchos países de Asia-Pacífico y que constituye un ejemplo de complementación. Países como China y otros mantuvieron los controles de capital, preservaron la posibilidad de gestionar su economía nacional sin permitir el desborde de la acción financiera extranjera.

Ello les permitió crecer y no ser alcanzados por la crisis.

En el mismo sentido, Rodrik sostiene la necesidad de limitar, sobre todo, la actual libertad de los mercados financieros globales —la “hiperglobalización”— y de reflexionar sin ideologismos sobre sus consecuencias indeseables. Existe un **desequilibrio** entre el poder de regulación de los gobiernos nacionales, que no va más allá de sus fronteras y los mercados globales. Los mercados nacionales se estructuran en instituciones políticas y reguladoras fuertes, mientras los mercados financieros globales son propensos a la inestabilidad, porque poseen una gobernanza débil, ya que no existe un banco central global ni otras instituciones reguladoras internacionales.

Mientras la globalización avanza, el mundo permanece distante de una

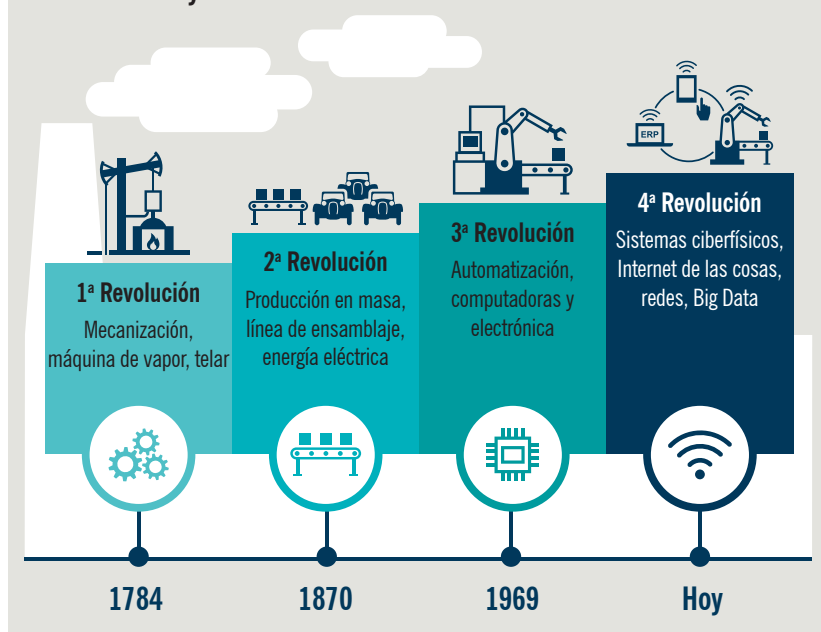
El empleo automotriz
que le preocupa a
Trump no ha sido
reemplazado por China
sino por los robots
de la Cuarta
Revolución Industrial.

gobernanza global democrática, deseable pero por ahora utópica. Por lo que el equilibrio entre Estados y mercados se vuelve imperioso. El mundo ha visto crecer, en los últimos años, un sinnúmero de políticas desreguladoras que han dejado a los Estados inermes frente a las maquinaciones de los mercados financieros. La crisis de 2008 y sus actuales consecuencias no son más que una cabal demostración de lo que provoca el capital financiero moviéndose sin control por todo el mundo.

El alcance de los mercados globales debería quedar limitado —como sostiene Rodrik— para que no escapen del ámbito institucional que permita su gobernanza. La actual arquitectura financiera mundial debe admitir mayores controles nacionales de capital e impuestos sobre las transacciones financieras, mientras se avanza hacia regulaciones internacionales. El propio FMI admitió finalmente, a principios de 2010, la conveniencia de establecer esas restricciones a la movilidad del capital, reconociendo que, en determinadas condiciones, los controles de capital están justificados.

Nadie quiso advertir —ningún político se atrevió a hacerlo— que el crecimiento impulsado por los precios de las materias primas, a diferencia del que había generado la liberalización comercial, tendría un impacto negativo sobre el nivel de vida en

Fundamentos y características de las cuatro revoluciones industriales



aquellos países avanzados, fuertes importadores de materias primas y que ello repercutiría negativamente sobre el poder adquisitivo de su población. Ante la retracción económica mundial, se prefirió seguir predicando los beneficios de una globalización sin límites.

A diferencia de los países europeos, Estados Unidos no sintió la necesidad de aumentar sus exportaciones de productos manufacturados para equilibrar sus cuentas externas, en parte por ser todavía un fuerte productor de petróleo y gas y en parte porque su bonanza provenía de dos sectores especulativos sin sustento en la economía real: las finanzas y los seguros, que generaron una ilusión de riqueza, mientras su balanza externa se deterioraba. Lentamente había ido abandonando su sector manufacturero a manos de países menos desarrollados, con menores salarios y dispuestos a afrontar los esfuerzos de los “blue jobs”.

Surgió entonces un extraño matrimonio por conveniencia que satisfizo las necesidades de ambos: China construyó una economía cada vez más poderosa —tal como señala Stephen Roach, ex presidente Morgan Stanley Asia y profesor del Instituto Jackson de Asuntos Globales de

la Universidad de Yale— asumiendo el rol de máximo productor, mientras que Estados Unidos adoptaba el espíritu de máximo consumidor.

China financió la creciente necesidad estadounidense de dinero fresco para solventar sus déficits gemelos y mantener bajas las tasas de interés, comprando bonos del Tesoro de Estados Unidos, lo que le permitió a este mantener la burbuja de los mercados de activos “que permitieron que el máximo consumidor viviera más allá de sus recursos (...) hasta que la música se apagó en 2008”.

Esa fiesta de riqueza ilusoria duró hasta que la crisis de las “hipotecas basura” puso al sistema financiero estadounidense al borde del precipicio, obligando a “rescates estatales”. Pero, como se desarrolló de manera simultánea con la aplicación del NAFTA, muchos atribuyeron las restricciones en sus bolsillos, torpemente, al libre comercio y la globalización.

Sin embargo, numerosos estudios demuestran que el acuerdo provocó pérdidas netas de empleos muy limitadas: según el Centro Wilson, 40 centavos de cada dólar de mercancías importadas de México por Estados Unidos y 25 centavos de cada dólar de mercancías importadas

de Canadá por Estados Unidos son en realidad de contenido *made in USA*.

Con respecto al crecimiento del empleo, la Cámara Americana de Comercio sostiene que seis millones de empleos en Estados Unidos dependen del comercio con México, un flujo facilitado en gran medida por el NAFTA. México importa actualmente más de Estados Unidos que de todos los BRIC juntos, según investigación del Banco de Desarrollo de América del Norte (BDAN).

Para Gary Clyde Hufbauer, de los cuatro millones que pierden sus puestos de trabajo, solo 200.000 personas pueden atribuirse al aumento de las importaciones procedentes de México: “Prácticamente el mismo número de nuevos puestos de trabajo fueron creados anualmente por el crecimiento de las exportaciones de Estados Unidos a México”. Además, señala: “Por cada empleo neto perdido, los beneficios para la economía de Estados Unidos fueron de alrededor de 450.000 dólares, debido a la mayor productividad de la fuerza laboral, a una gama más amplia de bienes y servicios y precios más bajos en la caja del supermercado para las familias”.

Los motivos de la disconformidad global, la crisis de la confianza pública que despierta ahora la irrupción mundial de posturas populistas y demagógicas, se asientan en una situación real: la **ralentización económica**. Pero esta no ha sido provocada por la globalización ni el libre comercio sino por la especulación financiera de 2008, que ha generado un estancamiento comercial, ¡el mayor desde la Segunda Guerra Mundial! Hasta entonces, el mundo crecía a un promedio anual del 6,5% (OMC) para colocarse por debajo del 3% en los últimos años, provocando la paralización de la Eurozona y la ralentización de la economía china, que ha sido el motor de la economía mundial en las últimas décadas. Ese es el verdadero problema.

El referéndum sobre el Brexit en Reino Unido, el debate sobre la inmigración y la llegada de Donald Trump han puesto nuevamente en el escenario la retórica del populismo nacionalista, con manifestaciones masivas en Europa contra futuros acuerdos

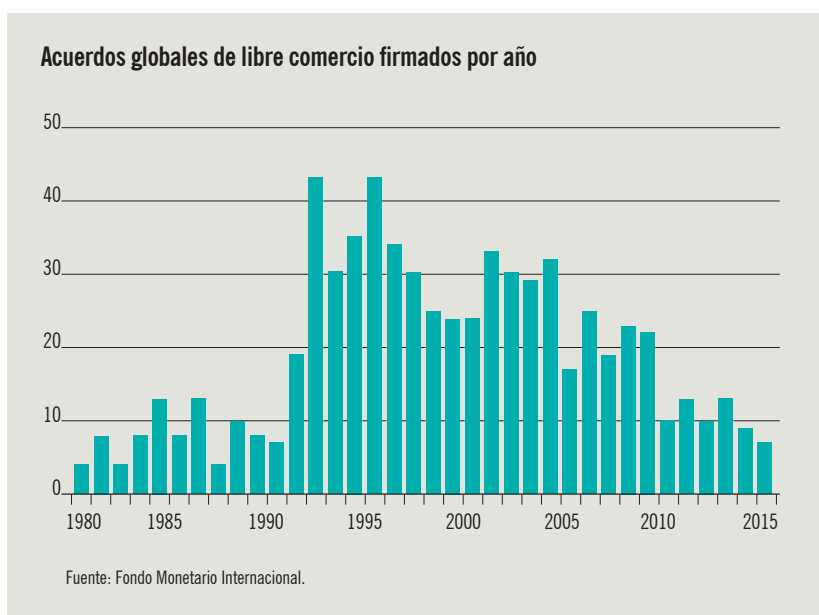
comerciales internacionales. La corta mirada de Trump, a tono con la actual vocinglería antiglobalizadora, omite poner el foco en los responsables de la especulación financiera y clama por la pérdida de puestos de trabajo en industrias específicas como la fabricación de automóviles – en pleno proceso de automatización, véase pág. 10 de esta edición– ignorando los beneficios del pacto comercial con México –precios más bajos para la electrónica de importación y la ropa, por ejemplo– que están ampliamente distribuidos en la población de Estados Unidos.

Al borde del acantilado

Una mezcla de ignorancia, improvisación y reclamos legítimos está multiplicando las expresiones contrarias a cualquier acuerdo de libre comercio e de integración económica. La respuesta indignada de miles de europeos en las calles en contra del TTIP, que abre nuevos vínculos comerciales entre la Unión Europea y Estados Unidos, fue una muestra de ello.

En ese caso, buena parte de los ciudadanos percibe que, a diferencia de la anterior gestación de “acuerdos de libre comercio” centrados en la reducción o eliminación de los aranceles y las exigencias que limitaban el comercio, **los nuevos acuerdos buscan expandir los límites hacia una “hiperglobalización”**. Tratan de imponer una “armonización” de las normas regulatorias de los Estados, tendiendo a limitar o impedir que los gobiernos emitan leyes sobre salud pública, medio ambiente, trabajo, patentes y derechos de autor y concesiones de servicios públicos que puedan provocar pérdidas a los inversores. Ello puede constituir **una sustitución del poder de los Estados, sobre los que el ciudadano siente que mantiene un cierto control democrático que se evaporaría con esos acuerdos**.

La dinámica globalizadora de las últimas tres décadas del siglo XX no solo se caracterizó por un incremento sostenido de las tasas de crecimiento sino por los beneficios que produjo al interior de los países, lo que permitió el ascenso de países en desarrollo y redujo la desigualdad global. Es lo que Gary Hufbauer



llamó “el mejor medio siglo de la historia humana”: **1.100 millones de personas salieron de la pobreza extrema desde 1990, es decir 250.000 personas al día o 200 personas por minuto**, mientras los ingresos promedio del 40% más pobre de la sociedad aumentaron aún entre 2006 y 2013, pese al impacto de la crisis financiera (World Bank).

Pero la transformación de los patrones de crecimiento, sumada a la aparición de tecnologías digitales fuertemente disruptivas, tuvo impacto sobre los empleos industriales, propios de las clases medias de las economías avanzadas, con dos efectos: **el estancamiento de los ingresos medios de ese sector y la polarización de ingresos, con el consiguiente crecimiento de la desigualdad**.

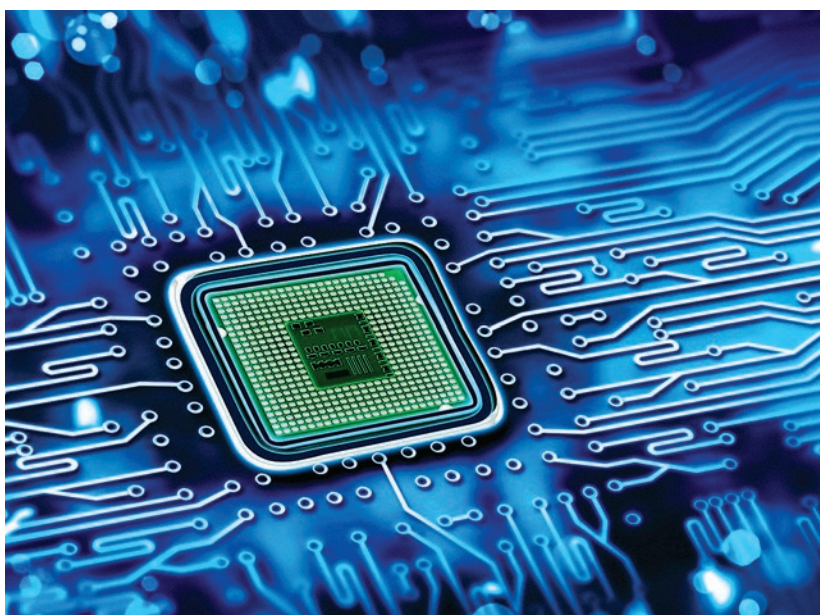
La respuesta para reducirla consistió, en algunos países, **en introducir modificaciones en el sistema tributario, ampliar los sistemas de seguridad y protección social e instrumentar herramientas educativas y de capacitación que permitieran la recalificación laboral**. En países como Estados Unidos y el Reino Unido –como señala Hufbauer– nada se hizo y la desigualdad se agudizó, provocando un malestar social creciente.

Pero la toma de conciencia de las elites de la existencia de una mayor desigualdad y de un pertinaz estancamiento no es

suficiente si no se cuenta con un diagnóstico acertado. No basta con saber que la globalización tiene problemas sino advertir de dónde provienen. **El remedio para volver a crecer implica soluciones difíciles y creativas para reequilibrar las relaciones entre los Estados y los mercados, ampliar los beneficios de la globalización y activar la economía mundial**, pero en ningún caso retornar a un pasado que solo existe en la fantasía del populismo demagógico.

Precisamente, lo inquietante de la actual situación va más allá del debate ideológico entre defensores del libre comercio y el proteccionismo. **Se trata de confrontar una extendida visión ciudadana, renuente a “leer” los cambios históricos y propicia a simplificaciones extremas**. Ese caldo de cultivo está siendo estimulado por una serie de líderes –Donald Trump, Theresa May, Marine Le Pen, entre otros– dispuestos a exacerbar las mismas pulsiones que condujeron al mundo a las atrocidades de la Segunda Guerra Mundial.

Thomas L. Friedman, destacado escritor y columnista de *The New York Times*, tres veces ganador del Premio Pulitzer, escribió en febrero de este año un notable artículo, llamando a los grandes líderes empresarios de Estados Unidos “a salvar al país de un presidente que tiene una visión verdaderamente distorsionada del modo en que



funciona el mundo y del rol que Estados Unidos debería tener en él”.

En una carta abierta a empresarios como Bill Gates, Tim Cook, Jeff Immelt, Mark Zuckerberg, Eric Schmidt, Jamie Dimon, Mike Bloomberg, Elon Musk, Indra Nooyi, Ginni Rometty, Dennis Muilenburg y Doug McMillon, les reclamaba acción, ante la imposibilidad de que republicanos o demócratas estuvieran en condiciones de frenar los peores instintos de Trump, señalando que ellos constituyen quizás el único grupo por el que Trump muestra algún respeto y que podría limitar la influencia ideológica de Steve Bannon, un declarado racista y antisemita, a quien el nuevo presidente nombró miembro del Consejo de Seguridad, desplazando al Jefe del Estado Mayor y al Director Nacional de Inteligencia.

En esa carta les confiesa: “Trump y Bannon están jugando con enormes sistemas que rigen gran parte de la economía global, como el Nafta, la OMC o la Unión Europea. Creen en cosas muy probablemente equivocadas: que los responsables de la pérdida de puestos de trabajo en Estados Unidos son los mexicanos y los chinos, cuando en realidad son los microchips y las computadoras”.

Para Friedman, ambos pretenden construir “un nuevo orden político (...)

que nos llevará a un lugar oscuro”. Asegura: **“La manera de levantar a los trabajadores norteamericanos no es construyendo muros, sino fortaleciendo las comunidades, donde los empresarios, las instituciones filantrópicas, el sistema escolar local y los gobiernos locales forjen alianzas de adaptación que permitan que cada trabajador encare un proceso de aprendizaje de por vida, que cada empresa acceda a los mercados globales y que cada localidad atraiga a los emprendedores. Eso es lo que está pasando en las mejores comunidades de Estados Unidos, y la tarea del gobierno es ampliarlo, y la tarea de los grandes empresarios es defenderlo. Así que no se dejen engañar por el pico de glucosa que ofrece Trump: sus empresas solo prosperarán si Estados Unidos es un país que se prepara y prepara a sus trabajadores para vivir en un mundo sin muros y no que se dedica a construirlos. Ese es el “nuevo orden político” que nosotros y ustedes debemos defender. Ignorar esa misión puede costarnos mucho, y también a ustedes”.**

Lo que está en juego no es solo el debate sobre un proteccionismo que atrasa frente a la historia, sino el propio destino del actual orden mundial. Guy Verhofstadt, ex primer ministro belga y

principal negociador europeo ante el Brexit, denunció que Bannon, principal asesor de Trump, “envió representantes a Francia y a Alemania para preparar (con los ultranacionalistas locales) referendums separatistas”, similares al que estableció la ruptura del Reino Unido con Bruselas.

Como advierte el periodista **Marcelo Cantelmi**: “En casi ninguna de las estaciones de este tren fantasma el millonario presidente ha planteado un plan B o una salida, imprescindible por la imposibilidad existencial de manipular todos esos conflictos. Porque Trump, lo que busca no es mostrar coherencia histórica, sino un autoritarismo rector que discipline a su país y al mundo a su mando. Es un pensamiento sencillo y regresivo, pero es el suyo y lo lleva adelante en un momento que la globalización perdió fuelle y se produce una transformación clave del sistema de acumulación del capitalismo del cual este extravagante magnate es una consecuencia”.

La Cuarta Revolución Industrial tiene el potencial de elevar los niveles de ingreso globales y mejorar la calidad de vida de poblaciones enteras, las mismas que se han beneficiado con la llegada, en su momento, de la globalización. Pero ese proceso de transformación solo beneficiará a aquellos que sean capaces de innovar y adaptarse.

David Ritter, CEO de Greenpeace Australia/Pacífico, lo resume en una columna sobre la Cuarta Revolución en *The Guardian*: “El futuro del empleo estará hecho de trabajos que no existen, en industrias que usan tecnologías nuevas, en condiciones planetarias que ningún ser humano jamás ha experimentado”. Y, como no existe el retorno al pasado ni la opción de *statu quo*, según Ritter: **“Necesitamos un debate fundamental sobre la forma y el propósito de la nueva economía. ¿Cómo lograr una nueva economía directamente al servicio de la sociedad, no solo orientada hacia los límites ecológicos, sino también orientada hacia la equidad y la justicia? La Cuarta Revolución Industrial tiene un enorme poder emancipador, si podemos resolver la política. El futuro sigue abierto”.** ●

El impacto de los tratados de libre comercio en la economía mundial

1 1944

La Conferencia Monetaria y Financiera de las Naciones Unidas reúne a más de 700 delegados de 44 naciones en el Hotel Mount Washington, en Bretton Woods, Nuevo Hampshire (Estados Unidos), para establecer los términos del orden económico de la posguerra.



2 1948

La creación del GATT por 23 países, establece principios básicos del comercio internacional como el de no discriminación, reducción de cupos, aranceles y prohibición de carteles y *dumpings*. Aunque su éxito fue parcial, estableció la base de las reglas del comercio mundial.

3 1957

El Tratado de Roma, al crear la Comunidad Económica Europea, establece los fundamentos de la zona de libre comercio más grande de su tiempo y potencia el intercambio entre naciones.



4 1980

Los avances en la conectividad humana (transporte y telecomunicaciones) facilitando la libre circulación de personas y bienes y la masificación de las TIC e Internet, reconfiguran los modos de producción a escala planetaria y establecen una “nueva economía” global.

5 1986-1994

La Ronda de Uruguay (Punta del Este, 1986) a través de una serie de reuniones dirigidas a negociar la política de aranceles y la liberalización de mercados a nivel mundial, concluye con la creación de la OMC (Marrakesh, 1993).



6 1994

Entra en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), creando una de las zonas de libre comercio más grandes del mundo y la base de un intenso intercambio entre Canadá, Estados Unidos y México.



7 1999

Se hacen presentes las primeras protestas anti-globalización en la reunión de la OMC en Seattle, atribuyéndole la pérdida de empleos que provoca la creciente automatización.



8 2001

China ingresa a la Organización Mundial del Comercio (OMC) lo que incrementa su participación en el comercio global.



9 2008-09

La crisis financiera global, provocada por la especulación financiera de bancos y compañías de seguros, lleva al mayor colapso del comercio mundial desde la década de 1930.



10 2011

Las protestas estallan en los Estados Unidos y otros países (Movimiento Occupy).



11 2013

Estados Unidos y la Unión Europea (UE) avanzan hacia una asociación transatlántica para el comercio y la inversión (TTIP) con una fuerte oposición en Europa ante los avances de las grandes corporaciones sobre derechos soberanos europeos y regulaciones ambientales.

12 2016

Estados Unidos, Japón y otros 10 países de la Cuenca del Pacífico firman el Tratado Trans-Pacífico (TTP), que representa el 40% de la economía mundial y el área de libre comercio más grande del mundo.

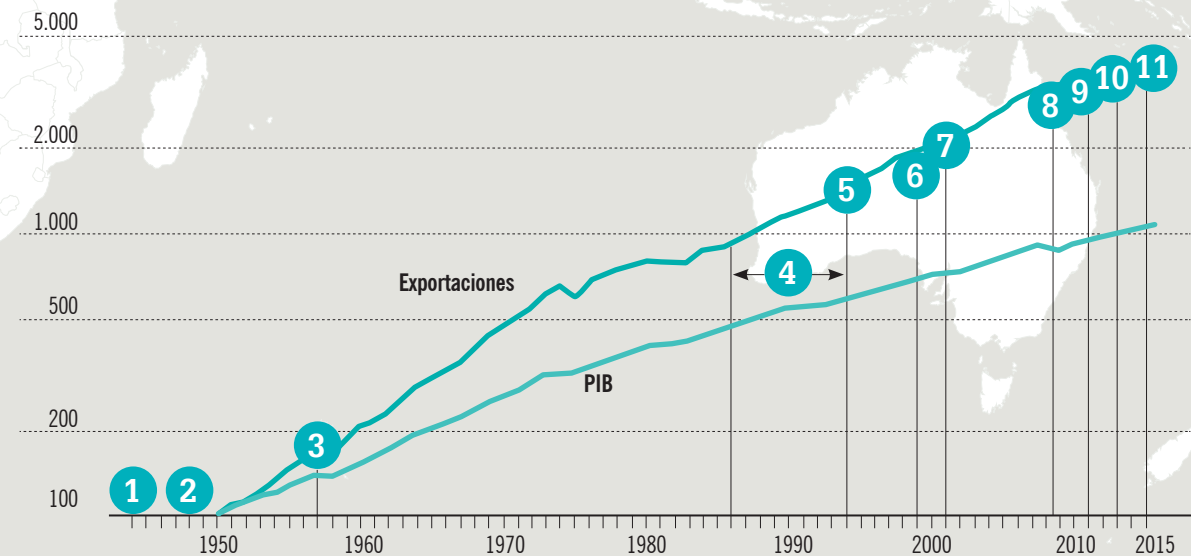


13 2017

El nuevo presidente de EEUU, Donald Trump retira al país del TTP y anuncia que renegociará el TLCAN o lo abandonará si su país no mejora las condiciones actuales del mismo, en un manifiesto intento de poner freno a la globalización.

Comercio global y exportaciones

Índice de volumen, 1950 = 100 (escala log)



Fuente: WTO

CONTACT INFORMATION

www.ciftis.org

Email: exhibition@ciftis.org | international@ciftis.org

Add: Building No. 6, Main Building, Chaoyang Park XiliNanqu, Chaoyang District, Beijing, China. Code: 100125



**2017 BEIJING INTERNATIONAL FAIR FOR TRADE IN SERVICES
CHINA NATIONAL CONVENTION CENTER MAY 28-JUNE 1, 2017**

HOSTS

China International Center For Economic And Technical Exchanges
Beijing International Trade in Services Center

SUPPORTING ORGANIZATIONS

Chambers of commerce and institutions in the field of trade in services from China and abroad



García-Legaz y la expansión comercial española

 Un diálogo con el presidente ejecutivo de la CESCE y quien fuera, por seis años, responsable de la política comercial de España y activo impulsor de la internacionalización de las pymes españolas.

Por Antonio López Crespo

Entrevistar a Jaime García-Legaz constituye para Marco Trade Revista un orgullo y, a la vez, una extraordinaria oportunidad. En los últimos años, su rol en el rumbo del comercio exterior de España ha sido decisivo. Como Secretario de Comercio del Gobierno de su país (2011-2016), fue responsable de las políticas de comercio interior y de promoción de las exportaciones españolas, así como del importante proceso de internacionalización de sus empresas mediante la inversión en el exterior y una activa política de atracción de inversiones extranjeras hacia España.

En la actualidad, ocupa otro lugar relevante para el comercio exterior de España, como presidente ejecutivo de la Compañía Española de

Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE), tercera compañía europea más importante de su ramo. Desde allí, contribuye a apoyar a las empresas, especialmente las pymes, en los procesos de salida al exterior y de internacionalización.

Para América Latina, tal como ha señalado el Informe sobre Perspectivas Económicas de la región, elaborado por el Centro de Desarrollo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el banco de desarrollo CAF en 2016, los **vientos favorables que impulsaron el crecimiento económico de la región han desaparecido**. Un crecimiento lento

FOTO: GENTILEZA CESCE.

de la demanda global y un financiamiento post Trump más caro e inestable se suman a la notable ralentización del comercio mundial y al deterioro de los precios de las materias primas, hoy muy atrasados respecto de la década pasada. No solo se espera que estas tendencias se mantengan sino que, tras cinco años de desaceleración económica, **desde 2015 la actividad en la región entró en terreno negativo y su recuperación en 2017 será modesta.**

Ante esa situación, contar con la experiencia de García-Legaz es fundamental. Durante la crisis económica europea y el cuadro de recesión interna, la debilidad de la demanda doméstica española impulsó a muchas empresas a multiplicar su esfuerzo para lograr nuevos mercados. **España supo –bajo su gestión– protagonizar una respuesta tan enérgica que el número de exportadores pasó de 100.000 a 150.000 entre 2010 y 2013**, convirtiéndose muchos en exportadores regulares, que son los que determinan el crecimiento de las exportaciones de un país. Concretamente, de las 147.731 empresas que exportaron en 2014, fueron exportadores regulares 45.842, lo que supone un aumento de casi un 20% respecto de los años anteriores –en 2012 fueron 38.373 y 41.168 en 2013–. Ello supuso un fuerte proceso de internacionalización, no solo de sus grandes empresas, que incrementaron su facturación externa en casi un 25% –de 40% en 2004 a 63% en 2015–, sino también de sus pymes, que comprendieron que **el mercado externo era la salida estratégica de largo plazo.**

El resultado: **un incremento de las exportaciones españolas de casi un 30% entre 2008 y 2015**, aún en medio de la crisis. Y un aumento de las empresas pymes como protagonistas de parte de esas exportaciones que pasaron de 39.000 a 46.000 entre 2007 y 2014, lo que constituye un ejemplo para el resto de las pymes iberoamericanas.

Marco Trade Revista: *El mercado externo se presenta como una salida estratégica no solo coyuntural sino de largo plazo. La*

El gran reto en estos momentos es culminar el acuerdo de libre comercio de la UE con Mercosur. La eliminación de las barreras al comercio es condición necesaria.

puerta de salida para Iberoamérica parece pasar por multiplicar sus exportaciones. España ha desarrollado un proceso muy dinámico de expansión internacional de sus pymes y usted ha estado, tanto como Secretario de Comercio y ahora como Presidente de la CESCE, en el corazón de ese proceso. ¿Cómo lograron revertir las dificultades para internacionalizarse?

Jaime García-Legaz: El gran éxito ha sido el cambio cultural de la empresa española, que ha comprendido que la internacionalización es un reto que merece la pena y que no ofrece obstáculos insalvables. Desde el Gobierno de España ayudamos en lo que estaba a nuestro alcance: el impulso de los acuerdos de libre comercio que la Unión Europea (UE) ha firmado con Perú, Colombia, Ecuador y América Central, además de la modernización del acuerdo de libre comercio con México. El gran reto en estos momentos es culminar el acuerdo de libre comercio de la UE con Mercosur. La eliminación de las barreras al comercio es condición necesaria.

MTR: *España en la última década, gestó un fuerte proceso de internacionalización no solo de sus grandes empresas sino también de las pequeñas, que conforman casi el 94% del grueso empresarial español. Ello constituye un ejemplo para el resto de las pymes iberoamericanas. Fue una extraordinaria respuesta a la crisis europea en general y a la española en particular. ¿Cómo se instaló la idea de que el mercado externo era la salida estratégica*

de largo plazo y qué instrumentos posibilitaron esa respuesta?

JGL: La crisis de la economía española generó una respuesta espontánea de salida al exterior de muchas pequeñas y medianas empresas movidas por la necesidad, por la depresión del mercado doméstico. Para sobrevivir, miraron hacia los mercados exteriores. Lo que ha ocurrido después, con la recuperación económica, es un cambio cultural. Las que comenzaron su internacionalización se dieron cuenta de que los mercados exteriores no eran tan complejos y además servían de complemento del mercado doméstico, como factor de diversificación a largo plazo. Y los que no habían iniciado su proceso de internacionalización vieron en otras empresas que sí lo habían iniciado un buen ejemplo que replicar. El resultado es que de 99.000 empresas exportadoras cuando se inició la crisis pasamos a casi 150.000 en 2014.

MTR: *Frente al escenario de restricciones que todos auguran sobre la situación económica de América Latina, exportar parece la salida, pero Europa en particular y los países de economías más avanzadas en general se muestran reticentes a abrir sus mercados. Esas economías de altos estándares de bienestar ciudadano poseen mercados internos vigorosos y no parecen dispuestos a abrirlos a una competencia que pueda inquietar precios internos que solventan sus elevados niveles de consumo y la renta de sus productores. Ello dificulta el acceso a mercados que, por volumen y exigencias de calidad, obrarían como un factor de desarrollo para países menos avanzados. ¿Cómo compatibilizar esa posición con la defensa del libre comercio y en el caso de España, con los lazos históricos?*

JGL: Una parte importante de América Latina y, particularmente, los socios de la Alianza del Pacífico, han vivido esta etapa de caída de los precios de las materias primas con muchas menos dificultades que otras economías de la región, gracias precisamente a la diversificación productiva y regional derivada



de su apertura exterior. Por otro lado, la recuperación de los precios de las materias primas y, sobre todo, el giro en la política económica, empiezan a dar sus frutos en países clave como Brasil y Argentina.

La UE decidió hace ya unos años comenzar a abrir sus mercados a América Latina, como lo prueban los acuerdos de libre comercio suscritos con México, América Central, Chile, Perú, Ecuador y Colombia, todos vigentes. Muchas empresas de estos países están sabiendo aprovechar la ausencia de barreras con el mercado europeo, de más de 500 millones de consumidores de alta renta.

Ahora queda culminar las negociaciones con el Mercosur, que deberían culminar en 2017 si existe la voluntad política por ambas partes.

MTR: *El mundo muestra un recrudecimiento de posturas antiglobalizadoras y proteccionistas en materia de intercambio comercial, que recuperan formulaciones nacionalistas y demagógicas como las protagonizadas por el Brexit y ahora*

por la nueva administración de Estados Unidos. Esas mismas pulsiones estaban en la Europa previa a la Segunda Guerra Mundial. ¿Cómo ve el actual proceso europeo y el fenómeno antiglobalización?

JGL: El regreso del proteccionismo es preocupante. Nunca ha reportado nada bueno, y si sigue avanzando no lo hará esta vez tampoco. Brexit es una mala

Lo fundamental es la apuesta de los gobiernos por la apertura económica y la puesta en marcha de políticas de estabilización macroeconómica y reformas estructurales en la dirección de la libertad económica.

noticia para la UE, pero también para la economía británica. Esperemos que en el caso de Trump todo se quede en palabras. En el caso de la UE, la firmeza en la apuesta por el libre comercio es muy acertada.

MTR: *Hace algunos días el ministro Luis De Guindos criticó las posturas proteccionistas y sorprendió afirmando que podría ser una "oportunidad" para Europa, en especial respecto de flujos de inversión. Como presidente de CESCE usted es también la cabeza de la Agencia de Crédito a la Exportación (ECA) española, ¿qué oportunidades pueden abrirse para Europa, en especial en materia de inversiones?*

JGL: A la UE le está yendo bien con su política de extensión de la red de acuerdos de libre comercio y las empresas españolas están sabiendo aprovechar bien esta oportunidad. En un plazo de tiempo récord, la UE ha suscrito nuevos acuerdos de libre comercio con Canadá, Singapur, Vietnam, Colombia, Perú, Ecuador y América Central y está en estos momentos avanzando en la negociación de un acuerdo de libre comercio con Japón y el Mercosur y mejorando el existente con México. La apertura económica es siempre fuente de desarrollo y el desarrollo trae consigo inversiones exteriores que potencian el crecimiento. La UE está, en este terreno, moviéndose en la buena dirección.

MTR: *China ha dejado claro que sostendrá una economía global abierta y que favorecerá un acuerdo amplio de países a favor del libre comercio, como el RCEP, en respuesta al fallido TPP. ¿Cómo analiza esa estrategia y qué significaría para la apertura de los mercados asiáticos a las pymes españolas?*

JGL: La UE está negociando con China un acuerdo de inversiones que contiene un capítulo de acceso al mercado. Con Japón está negociando un acuerdo de libre comercio muy amplio. Con Vietnam y Singapur hay ya acuerdos de libre comercio. Estos mercados de alto crecimiento son muy importantes para la empresa española que, a pesar de las

barreras arancelarias y no arancelarias aún existentes en mercados como China o Japón, está aumentando rápidamente su presencia en algunos segmentos como los productos agroalimentarios, la moda o los bienes de equipo.

MTR: *¿Qué impacto evalúa que tendrá el Brexit para el comercio español –en especial para sus pymes– y cómo podrá repercutir en la economía de Bilbao, como puerta preferente de intercambio con el Reino Unido?*

JGL: Todo va a depender del tipo de acuerdo comercial que forjen la UE y el Reino Unido después de la salida de la UE. Todo lo que represente el establecimiento de barreras comerciales impactará negativamente sobre las empresas españolas y británicas. Si el resultado final es un “Brexit duro”, entendiéndolo por tal el trato al Reino Unido como país tercero, muchos sectores productivos españoles se verán fuertemente resentidos, del mismo modo que muchos sectores británicos que son importantes exportadores hacia España.

MTR: *Europa insiste en una negociación dura y larga para la salida del Reino Unido. ¿Qué implicancias prevé sobre el sector bancario y sobre la disponibilidad de crédito para las empresas españolas?*

JGL: España cuenta con un sector bancario muy potente, por lo que no cabe esperar un impacto negativo apreciable sobre la disponibilidad de crédito de la empresa española.

MTR: *Las políticas públicas de América Latina en relación a sus pymes se debaten entre capacitación y fomento de las exportaciones, pero pareciera que eso no alcanza. ¿Cuál es, a su juicio, la verdadera “piedra filosofal” de ese dilema?*

JGL: En mi opinión, lo fundamental es la apuesta de los gobiernos por la apertura económica y la puesta en marcha de políticas de estabilización macroeconómica y reformas estructurales en la dirección de la libertad económica. Con este entorno, las fuerzas económicas sabrán hacer su papel y el desarrollo económico será más rápido. ●

PERFIL DEL ENTREVISTADO Jaime García-Legaz

Jaime García-Legaz se licenció en Economía y Administración de Empresas por CUNEF en 1991, con premio al expediente académico. Es también doctor en Economía por la Universidad Complutense de Madrid, con calificación sobresaliente *cum laude*.

Con una carrera profesional iniciada en 1989 en Cajamurcia, es en la actualidad presidente ejecutivo la **Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación** (CESCE), con compañías filiales en Brasil, México, Argentina, Perú, Chile, Venezuela, Colombia, Portugal y Francia. Con más de 1.400 empleados a su cargo, CESCE es la tercera compañía europea más importante de su ramo.

En el período de 2011 a 2016 fue Secretario de Estado de Comercio del Gobierno de España. En el ejercicio de esa responsabilidad, y con 2.500 empleados bajo su control, fue responsable de la **política de comercio interior**, de la **política de promoción de las exportaciones españolas**, de la **política de internacionalización de la empresa española mediante la inversión en el exterior** y de la **política de atracción de inversiones extranjeras hacia España**.

Acompañando ese proceso ejerció, en el mismo período, la **presidencia del ICEX, la agencia española de apoyo a la internacionalización** con una red de 100 oficinas económicas y comerciales en 80 países y entre 2011 y 2012 fue **presidente ejecutivo de Invest in Spain, la institución encargada de la política de atracción de inversiones hacia España**, tarea que acompañó desde la **Presidencia de la Fundación Centro de Estudios Comerciales (CECO)**, con un intenso trabajo de formación especializada en comercio internacional.

Durante su etapa al frente de la cartera de Comercio ha sido el **titular español en el Consejo de Ministros de Comercio de la UE** y en el **Consejo de Ministros de Comercio del G-20** y en 2014 fue nombrado asimismo **Director ejecutivo de Global ForumSpain**.

Fue elegido Diputado a Cortes por Murcia y ejerció como Secretario de la Comisión de Economía y Hacienda del Congreso de los Diputados. Anteriormente desempeñó responsabilidades

como Director general de Bienestar y Educación del gabinete del Presidente del Gobierno y Director General de Estadística de la Comunidad de Madrid, además de haber trabajado en el Banco de España, el Ministerio de Economía y Hacienda y el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

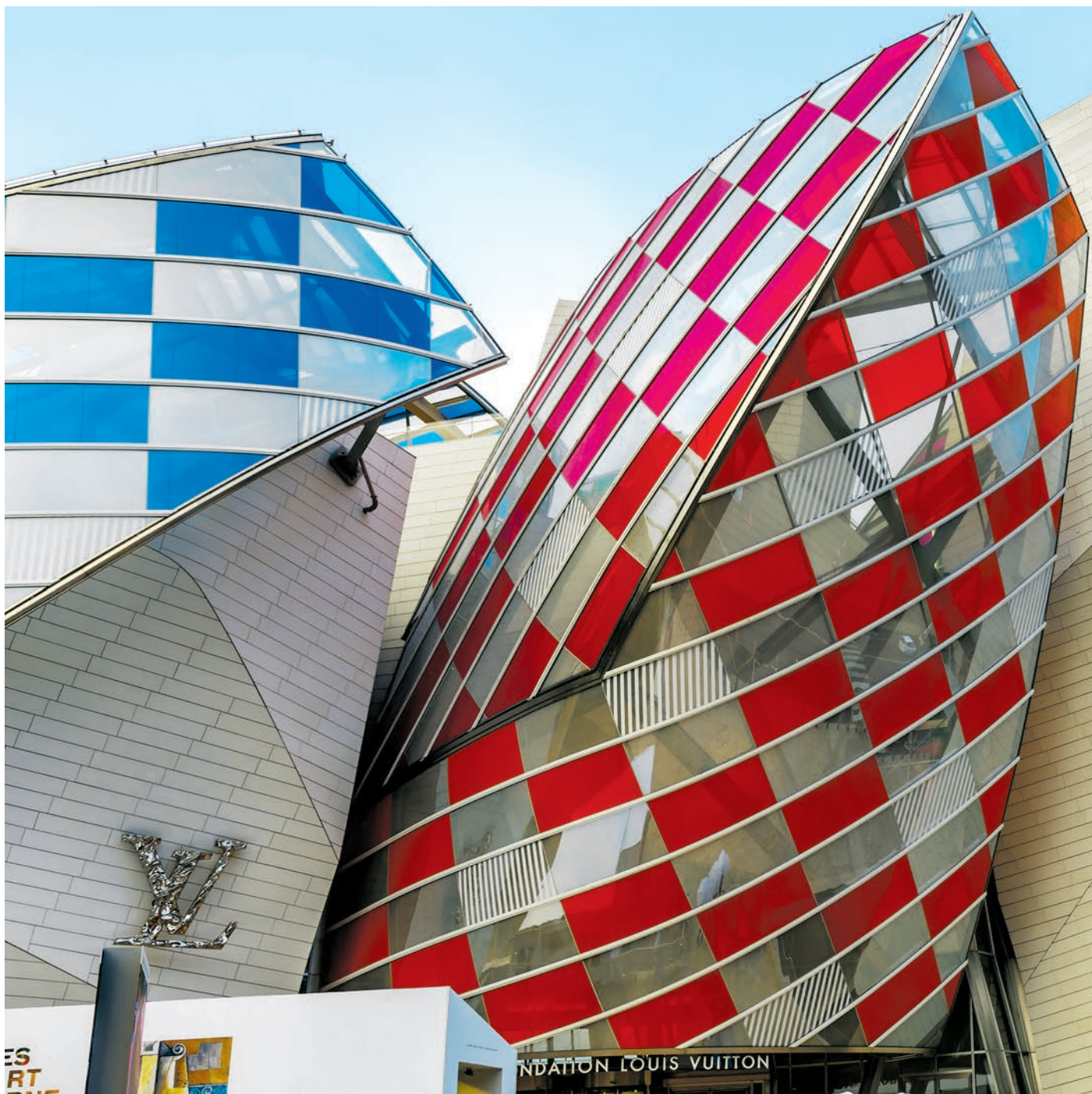
También ha trabajado como **consultor de la UE** en materia de política financiera en Lituania y Bulgaria (1996-1998), **consultor del Banco Mundial** sobre política financiera en países en desarrollo (1999), **consultor de la OCDE** sobre reforma de los mercados de telecomunicaciones en Rusia (2002) y **asesor de la Confederação Nacional da Indústria de Brasil** en política de empleo (2005-2007).

Ha sido asimismo miembro de la European Ideas Network desde 2003, de la Mont Pelerin Society desde 2009, del Consejo Académico de la Heritage Foundation desde 2007, de la Atlantic Economic Association (1992-1996), de la International Telecoms Society (2000-2004), del Consejo ejecutivo de la Fundación Elcano (2011-2016) y patrono de la Fundación España-Japón (2011-2016).

Cuenta también con experiencia como miembro de los consejos de administración de Retevisión, INECO y Club de Campo Villa de Madrid. Entre 2011 y 2016 ha presidido el consejo editorial de Información Comercial Española, renombrada entre las revistas de economía españolas.

Su trayectoria incluye también una dilatada experiencia académica como profesor de economía en el Instituto de Empresa Business School (2011-2014), profesor de regulación financiera en el Master de Finanzas Internacionales de CUNEF Business School (2010-2016) y profesor de Economía del MBA de la Escuela de Posgrado de ICADE (2003-2011).

Es el autor de dos libros publicados en inglés: *A Case for an Open Atlantic Prosperity Area* (2006) y *TAFTA. A case for a Transatlantic Free Trade Agreement* (2012), más de 30 artículos científicos publicados en prestigiosas revistas económicas nacionales e internacionales y más de cien artículos divulgativos en prensa nacional e internacional. Ha sido columnista habitual de *La Razón* y *El Economista* y columnista ocasional de *Financial Times*, *ABC*, *El Mundo* y *Expansión*.



París

■ ■ La "ciudad de la Luz" ofrece un panorama variado de ferias y exposiciones, que reúne a los mejores profesionales del mundo, con las últimas novedades e innovaciones en arte, libros, franquicias, turismo y construcción, entre muchos otros sectores.

17 - 22 de marzo de 2017

Franchise Expo

Es la exposición de franquicias más diversificada del mundo, con más de 450 franquiciadores de 87 sectores de actividad que buscan ampliar su concepto internacionalmente y 37.000 empresarios listos para invertir. Además, cuenta con conferencias y talleres gratuitos sobre las franquicias y el espíritu empresarial que las mueve.

www.franchiseparis.com

24 - 27 de marzo de 2017

Salón del Libro

Una feria de libros que reúne anualmente a editores, cerca de 3.000 autores franceses e internacionales y más de 150.000 lectores. Es uno de los eventos culturales más importantes de Francia, ideal para descubrir libros, disfrutar de conferencias y debates. En esta 37ª edición, Marruecos es el país invitado de honor.

www.livreparis.com

19 - 25 de junio de 2017

París Air

Organizado por la Asociación Internacional de la Aeronáutica y del Espacio, la 52ª edición tendrá lugar en el Parc des Expositions Le Bourget y reunirá a todos los actores de la industria aeronáutica y del espacio en torno a las últimas innovaciones. Los primeros cuatro días estarán reservados para los profesionales.

www.siae.fr



8 - 10 de julio de 2017

Salón Mode City

Durante tres días, las comunidades de lencería y trajes de baño del mundo se reúnen para discutir y descubrir nuevas tendencias. Más de 450 marcas de 41 países diferentes exhiben lo más actual en trajes de baño y accesorios, lencería de día y noche, *homewear* y muchos ítems más junto a los mejores profesionales y empresas del sector.

www.lingerie-swimwear-paris.com

26 - 29 de septiembre de 2017

IFTM

Es una feria internacional de turismo que atrae a socios locales, proveedores de hospitalidad, destinos extranjeros, operadores de transporte, operadores turísticos, desarrolladores de tecnología y otros actores del sector. Creada en 1978, es un evento imprescindible para el mercado multi-objetivo de todo tipo de viajes.

www.iftm.fr

19 - 22 de octubre de 2017

FIAC

La International Contemporary Art Fair es la cita inexcusable del arte contemporáneo en París. En los cuatro días que dura el evento y repartidos entre el Grand Palais y el Petit Palais, en esta exposición hay gran variedad de obras y la presencia de profesionales, galerías y especialistas del sector.

www.fiac.com/paris

6 - 10 de noviembre de 2017

Batimat

Es la exposición de la construcción más importante de Francia, con 3.500 expositores y unos 400.000 visitantes de más de 140 países. Interclima+Elec e Ideobain se desarrollan bajo el mismo techo, una oportunidad única para descubrir innovaciones y conocer proveedores.

www.batimat.com

Fuente: www.portalferias.com/

Actualidad empresaria

1. SCANIA - SUECIA



Scania diseñará su primera escuadra autónoma de carga. La empresa sueca anunció el diseño de las primeras operaciones de *platooning* de camiones de carga autónomos a nivel mundial. El proyecto, impulsado por el Ministerio de Transporte y la Autoridad del Puerto de Singapur (PSA Corporation), tiene como objetivo organizar convoyes de cuatro camiones para automatizar completamente los procesos de acoplamiento y desacoplamiento de la carga. Los pelotones circularán transportando contenedores entre las terminales portuarias del país asiático y, según las autoridades, ya han demostrado el potencial para lograr grandes ahorros de combustible. Los ensayos de *platooning* de camiones se llevarán a cabo en dos fases: la primera se centrará en diseñar, probar y refinar la tecnología de *platooning* de camiones para adaptarse a las condiciones locales y la segunda consistirá en ensayos locales y en el desarrollo de la tecnología en Singapur.

2. MARMEDSA - ESPAÑA



Marmedsa Noatum Shipping Agency, nuevo agente oficial de HDASCO en España. Marmedsa fue nombrada como nuevo agente oficial de HDASCO –la naviera iraní del grupo IRISL– en España. La compañía española pasó a ofrecer un servicio quincenal a través de

tres buques portacontenedores que operan entre el Golfo Pérsico, el Mediterráneo –Génova (Italia), Barcelona y Valencia (España)– y el norte de Europa –Hamburgo (Alemania) y Amberes (Bélgica)–. La naviera, por su parte, mantiene su *hub* en Bandar Abbas (Irán), desde donde ofrece servicios al resto de los puertos comerciales del país –Bushehr, Jorramchar, Bandar Imán Jomeini, Asalouyeh, la isla Kish, la isla Qeshm y Chabahar– y de Irak. Además, la compañía adelantó que en un futuro cercano ampliará las escalas al puerto de Valencia. HDASCO completa su oferta de servicio de transporte llegando a puntos internos de Irán y de los países vecinos.

3. NESTLÉ - SUIZA



Nestlé abre su tercer *hub* mundial de compras. La empresa multinacional suiza Nestlé abrió en Panamá su tercer *hub* de compras a nivel mundial. Según el ministro de Comercio e Industrias de Panamá, Augusto Rosemena, la empresa de alimentos más grande del mundo generará más de 200 plazas de empleo con la apertura de la nueva planta. Cabe señalar que, en 2015, la empresa suiza se acogió al régimen de Sedes de Empresas Multinacionales en Panamá (SEM), que establece un régimen de incentivos especiales con el propósito de atraer inversiones y empleo de calidad. Hasta enero de 2017, se registraron 134 sedes de empresas multinacionales en Panamá, con una inversión estimada en 820 millones de dólares y más de 5.000 nuevos puestos de trabajo. El *hub* panameño está emplazado en el área de Costa del Este; en

tanto, los otros dos centros internacionales se encuentran en Malasia y Suiza.

4. MAERSK LINE - DINAMARCA



Maersk Line inicia operaciones con APM Terminals en Lázaro Cárdenas. Desde el 27 de febrero, la compañía Maersk Line comenzó a operar en la segunda Terminal Especializada de Contenedores (TEC II) del puerto de Lázaro Cárdenas (México), gestionada por APM Terminals. Así, la naviera danesa se convirtió en la primera línea en transferir su operación a la nueva terminal mexicana, apostando al crecimiento, la simplificación y automatización en los sistemas y terminales. Según las autoridades de Maersk Line, se continuará trabajando en las dos terminales durante el primer semestre de 2017. Por su parte, la Administración Portuaria Integral (API) Lázaro Cárdenas, señaló que Maersk Line concentra el 50% del mercado en el movimiento de contenedores en el puerto, que en 2015 alcanzó alrededor de 1,1 millones de Teus. Asimismo, adelantó que de enero a octubre de 2016 el puerto registró un incremento de 7% en relación al mismo período del año anterior.

5. SSA MÉXICO - MÉXICO



SSA México incorpora sistema de visibilidad de carga en tiempo real. Buscando la mayor calidad de servicio, SSA México sumó un sistema de visibilidad

de carga en tiempo real a través de Internet en la Terminal Especializada de Contenedores (TEC), en el puerto de Manzanillo. El sistema tecnológico implementado por SSA México, denominado Angel Rolling, está desarrollado por la empresa Skyangel y permite a exportadores e importadores verificar la ubicación de los contenedores durante el trayecto mediante un GPS. Según SSA México, el acceso al sistema, integrado al soporte de la empresa, puede realizarse desde cualquier dispositivo, lo que facilita el seguimiento y disposición de datos como demoras y status, entre otros. Asimismo, el Angel Rolling ofrece mayores elementos de seguridad, mediante el sistema de alertas de incidencia inmediata.

6. LAMAIGNERE - ESPAÑA



Lamaignere Cargo anunció una nueva apertura internacional en Corea. El coreano es uno de los mercados de referencia en el continente asiático. En ese sentido, Lamaignere Cargo anunció una nueva apertura internacional: Lamaignere Cargo Korea Co. Ltd. El nuevo servicio regional mantiene la apuesta de la compañía española por la calidad del transporte y la logística, ampliando su cobertura y consolidando su proyección mundial. Lamaignere Cargo Korea se convierte en la cuarta apertura internacional tras México en 2016, Estados Unidos en 2015 y Chile, donde lleva más de 10 años en el sector del transporte y la logística. El Grupo Lamaignere ofrece, desde hace más de 100 años, servicios a medida adaptados a las necesidades de los clientes, quienes comprobaron mejoras el desarrollo de su actividad gracias a la reducción de

costes y optimización logística, garantizando además la competitividad de sus productos en los mercados de destino.

7. AMAZON - ESTADOS UNIDOS



Amazon Web Services instala su primera oficina en Colombia. Amazon Web Services (AWS) anunció la apertura de su primera oficina en Colombia, en la ciudad de Bogotá. La compañía estadounidense aseguró que varias empresas colombianas fueron las primeras en adoptar los servicios en la nube de AWS, una red global de servicios de computación dirigida específicamente a *startups* o compañías emergentes. “Colombia es un mercado clave para AWS en América Latina, allí las empresas han estado innovando y están utilizando la nube para acelerar el tiempo de salida al mercado”, explicó el gerente regional de la empresa, Marcos Grijalda, al diario *Dinero*. El servicio de Amazon, cuya oficina central para la región se encuentra en São Paulo (Brasil), alcanzó un crecimiento del 55% en el tercer trimestre de 2016. No obstante, actualmente el negocio puede movilizar cerca de 413.000 millones de dólares, señaló Grijalda.

8. ALIBABA - CHINA



Alibaba y Correos del Perú construirán la mayor red logística de América del Sur. La filial de logística del Grupo Alibaba, Cainiao, ha firmado un memorando con Correos del Perú con el propósito de mejorar los servicios de entrega exprés y la experiencia de compra electróni-

ca en el país andino y la región. La nueva alianza supone las bases para crear lo que prevén sea la mayor red logística de América del Sur. Según las autoridades estatales, se prevé que ambas compañías establezcan un sistema de intercambio digital de datos, a través del cual se normalizarán los formularios y la información de los servicios, así como el rastreo y la supervisión de los paquetes en tiempo real. Por otro lado, trascendió que ambas partes acordaron crear nuevas rutas de correo exprés entre China y Perú, las cuales reforzarán el mecanismo de comunicación bilateral. Hoy, el servicio exprés de Alibaba incluye rutas exclusivas en Brasil, Chile, Colombia y México.

9. IKEA - SUECIA



Ikea construirá una central de distribución de compras online para España, Portugal y sur de Francia en Valls. La compañía Ikea, dedicada a la fabricación de muebles y decoración, anunció que construirá en Valls (España), la central de distribución para sus productos a través de Internet. Según el director general de Ikea Ibérica, Tolga Öncü, la nueva infraestructura permitirá abastecer a los mercados de toda España, Portugal y también del sur de Francia. Asimismo, destacó que la unidad central de paquetería (CPU) ya está funcionando desde el verano de 2016. El existente centro de distribución en Valls –el primer y más grande almacén de la empresa en la región– se acondicionará para el trabajo *online*, explicó el empresario. Además, Öncü declaró a la prensa local que la nueva central permitirá repartir 7.000 de las 9.500 referencias de Ikea y adelantó que la distribución podría estar funcionando al finalizar el próximo verano. ■

10. HUAWEI - CHINA



Huawei construirá junto a Telefónica una red virtual en 13 países.

La proveedora china líder global de soluciones de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), Huawei, cooperará con Telefónica de España para desarrollar entornos virtualizados. Las dos compañías están construyendo una red virtual Evolved Packet Core (EPC) a gran escala, lo que permitirá converger voz y datos en las redes 4G Long-Term Evolution (LTE). La red virtual EPC será implementada en 11 países de América Latina –Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Perú, Panamá y Uruguay– y dos de Europa –Alemania y España. La evolución de la red tiene que hacer frente al crecimiento del tráfico y, según Telefónica, la solución virtual EPC de Huawei, denominada CloudEPC, favorecerá la construcción de redes ágiles que se ajusten rápidamente a las demandas de nuevos servicios. Asimismo, la empresa destacó en un comunicado que la tecnología de la compañía china reducirá los costos de producción, soportando así la rápida implementa-

ción de servicios y asignando los recursos virtuales con mayor seguridad. Actualmente, Huawei y Telefónica están probando la integración de la solución CloudEPC en la plataforma UNICA Infraestructura de la empresa española, lo que posibilitará la automatización completa de los despliegues vEPC y la gestión de su ciclo de vida dentro de las redes. En otras palabras, la solución provista por Huawei permitirá construir redes ágiles, con seguridad y fiabilidad. “Huawei está liderando la estrategia All Cloud que ofrece a operadores”, indicó el presidente de Cloud Core Network de Huawei, Michael Ma, quien aseguró que la construcción de la red CloudEPC representa un importante avance en la hoja de ruta de virtualización de telefónica. Por su parte, el director de planificación y tecnología de la multinacional española, Javier Gavilán, señaló que la compañía “lleva tiempo trabajando activamente en la evolución de las tecnologías de virtualización de red” y destacó que Huawei es un proveedor confiable y un socio estratégico de Telefónica.

Calendario de ferias

Ferias y exposiciones de todo el mundo, para ponerse al día con las novedades y posibilidades de negocios de cada sector. Lo último en muebles, alimentación, tecnología, construcción, libros, logística, equipos médicos y franquicias, entre otras.

1 Food Expo
18 - 20 de marzo, 2017
Atenas, Grecia



Es la principal feria de alimentos y bebidas en el sudeste de Europa. Con base en el éxito de ediciones anteriores, en ella se encontrarán las más importantes empresas del sector, estimando más de 1.200 expositores y visitantes de más de 59 países.

Atenas Metropolitan Expo
www.foodexpo.gr

2 CIFF
18 - 31 de marzo, 2017
Canton-Guangzhou, China



Esta feria del mueble, que se celebra desde 1998, reunió en la edición pasada más de 3.900 marcas líderes mundiales con más de 170.000 profesionales y asistentes de 200 países y regiones. Con el lema "Una vida mejor, un mejor trabajo", este año promete estrechar la conexión entre las partes interesadas de la industria.

China Foreign Trade Centre
www.ciff-gz.com/en

3 ProWein
19 - 21 de marzo, 2017
Düsseldorf, Alemania



En esta feria internacional de vinos y bebidas espirituosas pueden encontrarse los expositores de vinos de todas las regiones de cultivo importantes, vinos espumosos, grandes plantaciones, clásicos probados y mucho más. Además, todas las asociaciones biológicas internacionales importantes cuentan con representación e informan acerca de sus productos.

Feria de Düsseldorf
www.prowein.com

4 CeBIT
20 - 24 de marzo, 2017
Hannover, Alemania



Es la feria más grande de exhibición digital TI y soluciones de telecomunicaciones para el hogar y entornos de trabajo, con más de 4.200 empresas de más de 70 países. En ella se dan cita los profesionales más importantes del sector a nivel mundial, pudiéndose encontrar las más actuales novedades y tendencias en tecnología.

Deutsche Messe AG Hannover
www.cebit.de/en/

5 eShow
22 - 23 de marzo, 2017
Barcelona, España



En esta nueva edición, presenta un futuro cercano donde la robótica, el IoT, la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías se convierten en protagonistas. Experimentos Cyborg en eCommerce, la tienda del futuro o las posibilidades de la realidad virtual son algunas de las novedades que habrá en su 29ª edición.

Fira de Barcelona
www.the-eshow.com/barcelona

6 MAC Fruit Attraction
22 - 24 de marzo, 2017
El Cairo, Egipto



Tendrá lugar en el marco de FoodAfrica y coincidirá con la celebración de Africa Food Manufacturing, líder en maquinaria y soluciones de etiquetado y embalaje, equipos para el tratamiento y procesamiento de alimentos, logística y almacenamiento. Su coincidencia es una oportunidad para exportadores del sector hortofrutícola.

Cairo International Convention & Exhibition Center
www.ifema.es/macfruitattraction_01

7 Expocomer
22 - 25 de marzo, 2017
Ciudad de Panamá, Panamá



La Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá organiza esta exposición multisectorial enfocada en alimentación y bebidas, textiles y accesorios, construcción, tecnología y servicios. Cuenta con un área total de más de 14.000 metros cuadrados y la participación de más de 650 empresas expositores de 37 países.

Atlapa Convention Center
www.expocomer.com

8 Baselworld
23 - 30 de marzo, 2017
Basilea, Suiza



Es la feria más importante del sector de la relojería y joyería, en la cual se mostrarán las últimas novedades y tendencias. En ediciones anteriores, se han dado cita cerca de 2.000 empresas importantes del sector, reuniendo cerca de 100.000 visitantes entre minoristas especializados y mayoristas de todos los continentes.

Messe Basel www.baselworld.com

9 Logistic Summit & Expo
23 - 30 de marzo, 2017
Ciudad de México, México



Con más de 300 expositores, 21.087 metros cuadrados y más de 14.000 asistentes, es la única exposición de México y América Central que reúne a los proveedores líderes del sector logístico. Más de 300 empresas proveedoras de productos y servicios logísticos presentan innovaciones en logística y supply chain.

Centro Citibanamex
www.logisticsummit.com

10 China Med
24 - 26 de marzo, 2017
Beijing, China



Un evento internacional especializado donde encontrar los últimos avances técnicos e instrumentales de equipos médicos. Es una de las exposiciones más competitivas del sector, que atrae a miles de instituciones de investigación, departamentos gubernamentales, hospitales y profesionales.

China National Convention Center
www.chinamed.net.cn

11 Fimma
28 - 31 de marzo, 2017
Bento Gonçalves Rio Grande do Sul, Brasil



Es en la Feria Internacional de Máquinas, Materias Primas y Accesorios para la Industria del Mobiliario, en la que el sector muestra sus novedades, consolida asociaciones y abre la posibilidad a atractivos negocios. Con la experiencia lograda en sus 12 ediciones, se presenta entre los cinco encuentros mundiales más representativos.

Parque de Eventos de Bento Gonçalves
www.fimma.com.br

12

Expofranquicia

20 - 22 de abril, 2017
Madrid, España



Organizada por IFEMA con el apoyo de la Asociación Española de Franquiciadores, es una de las más importantes citas con esta fórmula empresarial en el mundo, por dimensión, alcance y capacidad de convocatoria. Su espacio de gran dinamismo favorece la generación de numerosos contactos con inversores y emprendedores.



www.ifema.es/ferias/expofranquicia/

13

B-Travel

21 - 23 de abril, 2017
Barcelona, España



El nuevo Salón Internacional del Turismo en Catalunya es el único evento inspirado en las experiencias del viajero. Reúne al público más viajero de toda España y ofrece experiencias a medida para que los viajes sean únicos. Además, propone cinco ámbitos temáticos para empezar a sentir emociones sin salir del recinto.



www.b-travel.com

14

Salón De Gourmets

24 - 27 de abril, 2017
Madrid, España



Es el mayor evento europeo dedicado a los productos *delicatessen*, el escaparate anual más importante de alimentos y bebidas de alta gama. Profesionales procedentes de multitud de países otorgan a esta feria el carácter internacional que ostenta desde 1992. Reúne a más de 1.396 expositores que muestran más de 35.000 productos.



www.gourmets.net

15

APAS

2 - 5 de mayo, 2017
São Paulo, Brasil



Reconocida como la mayor feria de supermercados del mundo, APAS reúne desde 1984 toda la cadena "supermercaderías", de Brasil y del exterior, para generar *networking*, cerrar negocios y conocer las mejores prácticas del sector. En su 33ª edición, abordará el tema del empoderamiento.



www.apasshow.com.br/es/

16

Tektónica

3 - 6 de mayo, 2017
Lisboa, Portugal



Es la feria internacional de construcción y obras públicas más importante de Portugal, que sigue invirtiendo en sectores y temas de crecimiento como rehabilitación y remodelación, eficiencia energética y sostenibilidad en la construcción e internacionalización. Están presentes las mejores empresas del sector.



www.tektonica.fil.pt

17

Interpack

4 - 10 de mayo, 2017
Düsseldorf, Alemania



Es el evento de la industria de materiales de embalaje imprescindible para los sectores de alimentación, bebidas, confitería, pastelería, productos farmacéuticos, cosmética y bienes industriales. La única feria a nivel mundial que ofrece una visión completa de toda la cadena de valor y soluciones a medida con conceptos innovadores.



www.interpack-tradefair.es

18

EXPOMAFE

9 - 13 de mayo, 2017
São Paulo, Brasil



La Feria Internacional de Máquinas-Herramientas y automatización Industrial reunirá, por iniciativa de las entidades que representan a la industria, las innovaciones

tecnológicas y nuevos negocios para los sectores: máquinas-herramienta, automatización, soldadura, control de calidad, herramientas, máquinas, equipos y accesorios.



www.expomafe.com.br

19

ITB China

10 - 12 de mayo, 2017
Shanghái, China



Es la nueva feria dedicada al mercado chino de viajes, en la que se podrá conocer a relevantes compradores y generar una importante variedad de oportunidades exclusivas de *networking*. El evento reúne a los destinos internacionales, servicios y proveedores de tecnología, conectándolos con un selecto grupo de compradores chinos.



www.itb-china.com

20

Expoliva

10 - 13 de mayo, 2017
Jaén, España



Esta feria es, hace muchos años, el auténtico epicentro del sector del olivar y el aceite de oliva e industrias afines. Además, es la primera feria mono producto de alimentación en el mundo. Hay maquinaria oleícola, cooperativas y almazaras, abonos y fertilizantes, envasadoras y distribuidoras, tecnología y más.



www.expoliva.info

21

Exponor

15 - 19 de mayo, 2017
Antofagasta, Chile



Esta exhibición de tecnologías e innovaciones globales para la minería es una exposición integral de productos y servicios, innovaciones, avances y mejoramientos que los proveedores industriales y mineros ofrecen al mercado global. Constituye una fuente de conocimiento privilegiado sobre las futuras inversiones y la visión de expertos.



www.exponor.cl

22 IMEX

16 - 18 de mayo, 2017
Frankfurt, Alemania



Es la feria de referencia de la industria de viajes de incentivos, reuniones y eventos. Allí se puede establecer contactos y obtener nuevas perspectivas. Anualmente, se presentan los premios IMEX, desarrollado para reconocer a individuos y compañías que han hecho contribuciones excepcionales al desarrollo del sector.

Messe Frankfurt GmbH
www.imex-frankfurt.com

23 SITDEF

18 - 21 de marzo, 2017
Lima, Perú



El Salón Internacional de Tecnología para la Defensa y Prevención de Desastres es un encuentro comercial y multicultural que congrega desde 2007 a empresas nacionales y extranjeras dedicadas al servicio, fabricación y comercialización, con tecnología de punta, de material de defensa y prevención.

SITDEF
www.sitdef.com.es

24 Salone Internazionale del Libro

18 - 22 de mayo, 2017
Turín, Italia



Celebrada en un recinto que es una obra maestra de la arqueología industrial, la exposición es la mayor biblioteca del mundo italiano, un festival cultural de prestigio, un punto internacional de referencia para los profesionales del libro y un proyecto educativo dedicado a la promoción del libro y la lectura entre los jóvenes.

Lingotto Fiere Turin
www.salonelibro.it

25 ICFE

21 - 24 de mayo, 2017
Nueva York, Estados Unidos



La feria muestra las últimas novedades e innovaciones relacionadas con el mueble en todas sus variantes. En ella se darán cita los mejores profesionales y empresas del sector de mobiliario de interior y de exterior, mobiliario infantil y juvenil, artículos de decoración y

diseño, iluminación de diseño, alfombras y otros accesorios.

Jacob K. Javits Convention Center
www.icff.com

26 BBB-Construmat

23 - 26 de mayo, 2017
Barcelona, España



Referente internacional en innovación y foro de conocimiento y negocio, es el lugar donde no solo se exponen sino que también se fabrican las novedades del sector de la construcción. Abierto al negocio y al networking, el encuentro reúne a proscriptores, fabricantes, compradores y los principales agentes del sector.

Fira de Barcelona
www.construmat.com

27 SIMA

25 - 28 de mayo, 2017
Madrid, España



El Salón Inmobiliario de Madrid es el más influyente evento del sector en España, dirigido a empresas y al público en general. Esta plataforma, tanto nacional como internacional, se caracteriza por sus actividades con participantes de alto nivel y por ofrecer el marco idóneo para hacer contactos y encontrar nuevas oportunidades de negocio.

IFEMA
www.simaexpo.com

28 FITHEP Expoalimentaria

5 - 8 de junio, 2017
Buenos Aires, Argentina



Es la feria de productos como alimentación y bebidas, aparatos y tecnología en la que se darán cita los mejores profesionales y empresas, que presentan las últimas novedades e innovaciones del sector en sus distintas vertientes.

Centro Costa Salguero
www.fithep-expoalimentaria.com

29 Infosecurity

6 - 8 de junio, 2017
Londres, Reino Unido



infosecurity
EUROPE

Es la conferencia y exposición de seguridad de la información número uno de Europa, que presenta el programa de conferencias más grande y respetado en la industria. Más de 360 expositores muestran la más diversa gama de productos y servicios a 13.500 visitantes.

Olympia Exhibition Centre
www.infosecurityeurope.com

30 ExpoVinis

6 - 8 de junio, 2017
São Paulo, Brasil



Es el evento más grande de vino de América Latina y una referencia en el mercado mundial. Ocupa una posición de destaque en la ruta del "Wine Business", siendo uno de los 10 eventos más importantes del mundo para el sector, que abarca toda la cadena de producción y distribución del mercado vitivinícola.

Expo Center Norte
www.expovinis.com.br/es

31 SIL

6 - 8 de junio, 2017
Barcelona, España



Es un punto de referencia para todos los profesionales de la logística y el transporte que deseen estar al día sobre las últimas novedades y tendencias del sector, asistiendo a los numerosos actos paralelos que ofrece. Allí se puede aprender de los expertos, desarrollar alianzas comerciales y contactar con profesionales.

Fira de Barcelona
www.silbcn.com

32 International Cloud Expo

6 - 8 de junio, 2017
Nueva York, Estados Unidos



El Cloud Computing está siendo adoptado por la mayoría de las empresas, por lo que cada vez es más importante conocer los últimos avances de la tecnología y las soluciones. Cloud Expo es el único evento en el que más de 100 expositores ofrecen diferentes soluciones específicas y estrategias integrales.

Jacob K. Javits Convention Center
www.cloudcomputingexpo.com

33 Fispal Food Service

27 - 30 de junio, 2017
São Paulo, Brasil



Es la feria internacional de tecnología para la industria de alimentación y bebida, el evento más grande y más completo del sector en América Latina, donde se dan cita los mejores profesionales del sector. Es el escenario ideal para el lanzamiento de nuevos productos y punto de encuentro para compradores calificados del sector.

Expo Center Norte
www.fispaltecnologia.com.br/es/

Publicaciones

Bibliografía editada por prestigiosos organismos internacionales que ayuda a conocer y profundizar temas de la actualidad comercial iberoamericana, para buscar y descargar en forma gratuita.



Panorama de la Inserción Internacional de LAC: la región frente a las tensiones de la globalización

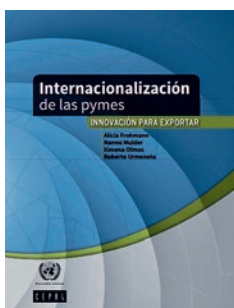
Partiendo del análisis de las perspectivas del comercio, el contexto internacional y regional, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) asegura que existe una fuerte tendencia a cuestionar la globalización, principalmente en los países desarrollados. Para la CEPAL: “El comercio exterior de América Latina y el Caribe observa un rezago en cuanto a su inserción en la economía global, un estancamiento en su participación en las exportaciones mundiales y una reducción en su cuota en los intercambios de bienes de alta tecnología y servicios modernos”. Asimismo, destaca un incremento de la región en su contribución a los flujos mundiales de inversión extranjera directa y una consolidación en actividades de bajo contenido tecnológico. El informe explica, además, que tras la rápida expansión de los flujos transfronterizos comerciales y financieros a partir de los años noventa, se produjo un estancamiento luego de la crisis financiera de 2008-2009. En ese contexto de escaso dinamismo de la economía tanto mundial como regional, se prevé que las exportaciones e importaciones

de América Latina y el Caribe caigan por cuarto año consecutivo. No obstante, para el período 2017-2020 se proyecta una modesta recuperación del comercio regional.

Autor: División de Comercio Internacional e Integración de CEPAL.

Editor: CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago (Chile), 2016

cepal.org/es/publications



Internacionalización de las pymes: innovación para exportar

Los autores de *Internacionalización de las pymes: innovación para exportar* aseguran que la inserción internacional de las pequeñas y medianas empresas (pymes) tiene un impacto positivo a nivel de productividad, principalmente en la incorporación de innovación, en la calidad del empleo y en el nivel del salario. La afirmación se respalda en un proyecto de análisis desarrollado entre 2014-2016 en cuatro países latinoamericanos – Ecuador, El Salvador, Nicaragua y Perú–, donde se diseñaron e implementaron políticas públicas que promovieron la internacionalización de pymes. El documento permite acceder a los resultados del proyecto y las reflexiones que surgieron a partir del trabajo sobre el proceso de internacionalización, convirtiéndose en una herramienta útil para la promoción de las empresas exportadoras.

Según los analistas, las dificultades que enfrentan las pymes exportadoras provienen frecuentemente de la falta de articulación entre entidades, la limitada complementariedad de programas de apoyo y la escasa información.

Autor: Alicia Frohmann, Nanno Mulder, Ximena Olmos y Roberto Umeneta.

Editor: CEPAL Santiago (Chile), 2016.

cepal.org/es/publications



La nueva relación comercial entre América Latina y el Caribe-China: ¿Integración o desintegración regional?

¿Cómo afectó China al proceso de integración comercial de América Latina y el Caribe, tanto entre sus miembros como con terceros países? Teniendo este interrogante como eje, el documento elaborado por la Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China (RedALC-China) analiza el comercio de la región y a nivel bilateral. Además, la publicación incluye en el análisis cadenas de valor específicas y triangulares entre países de la región y con China y terceros mercados, como Estados Unidos o Unión Europea. En los últimos 20 años, China incrementó su presencia en América Latina y el Caribe (ALC), mientras que el conocimiento regional sobre China fue lento, incluso en el

ámbito comercial. Hoy, China es el segundo socio comercial de la región y ALC se ubica en cuarto lugar entre los principales socios del país asiático.

Autor: Enrique Dussel Peters (Coord.).

Editor: REDALC-China - Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China. Ciudad de México (México), 2016.

redalc-china.org



Hidro vías para el desarrollo y la integración suramericana

El transporte y la logística son factores esenciales para alcanzar una mayor y mejor inserción en los mercados internacionales. En ese sentido, las cuencas hidrográficas no solo contribuyen de manera significativa a reducir los costos, sino también constituyen un elemento importante para promover la integración económica y el desarrollo social. Durante los últimos años, las autoridades han concentrado esfuerzos para que el uso de los ríos se convierta en un elemento efectivo en el proceso de desarrollo regional. El documento del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) presenta instrumentos y rutas para abordar la integración fluvial del continente.

Autor: Rolando Terrazas.

Editor: CAF - Banco de Desarrollo de América Latina.

Bogotá (Colombia), 2016

scioteca.caf.com/handle/123456789/919



La zona de Berrini, central para los negocios en la ciudad.

São Paulo, gigante brasileño

 La capital paulistana se destaca por la cantidad de empresas extranjeras que invierten allí, atraídos por sus dimensiones y oportunidades de negocios.

Por Lucía Marroquín

Si algo llama la atención de São Paulo, es su tamaño. La capital financiera de Brasil, con 10,8 millones de habitantes en la región metropolitana y 19 millones si se suman los de las 38 ciudades que la rodean, tiene 174 *shopping malls* que concentran 35 millones de consumidores, ocho millones de vehículos y la segunda flota de helicópteros después de Nueva York. Hasta la mayor cantidad de autos blindados del mundo está en São Paulo.

Este gigante brasileño, que aporta al país 36% de la producción industrial, 12% de la renta agraria y 33,5% de los ingresos generados del sector de servicios, es un mercado inigualable —inevitable, dicen— para cualquiera que quiera hacer negocios en el país sudamericano.

Tiene una infraestructura industrial moderna y diversificada y un mercado de consumo populoso y de alto nivel adquisitivo. A pesar de la crisis que vive Brasil desde 2014, los escándalos de corrupción

y el cambio de gobierno, que quedó en manos de Michel Temer luego del *impeachment* de Dilma Rousseff, las empresas extranjeras siguen apostando a la capital paulistana y los pronósticos anuncian un "punto de inflexión" para este año.

Polo de desarrollo tecnológico y de servicios

La ciudad de São Paulo es la capital del estado con el mismo nombre, el más próspero de Brasil. Tiene una cadena industrial compleja y diversificada que genera productos de alto valor agregado, además de una gran oferta y demanda de servicios, que lo caracterizan como el mayor polo del sector terciario nacional.

Según Sergio Costa, director de Invet SP, agencia de promoción de inversiones del Estado de São Paulo: "La capital paulista, a pesar de haber sido la cuna de la industria en Brasil, se ha transformado cada vez más en un polo de desarrollo tecnológico y de prestación de servicios —dice—. La ciudad tiene la mayor presencia de oficinas de multinacionales de América

São Paulo, que aporta al país 36% de la producción industrial, 12% de la renta agraria y 33,5% de los ingresos del sector de servicios, es un mercado inigualable.



Empresas

- 1. Derrai & Menezes Advogados Associados.** Sociedad de abogados especializada en derecho empresarial @derrai.com.br
- 2. Co-labore.** Espacio de coworking @co-labore.net
- 3. KICK Ventures.** Inversiones @kick-grupo.com.br
- 4. HBS Alumni Angels of Brazil.** Asociación de capital financiero e intelectual de Harvard Alumni @bsalumniangels.com
- 5. Associação Brasileira de Startups** @abstartups.com.br
- 6. Endeavor Brasil.** Organización sin fines de lucro de apoyo a emprendedores @endeavor.org.br
- 7. Pieracciani Desenvolvimento de Empresas.** Consultora con foco en sistemas de gestión de innovación y procesos @pieracciani.com.br
- 8. WTC Sao Paulo** @wtc.com.br
- 9. Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil** @camaraespanhola.org.br
- 10. Inventta + bgi.** Especialistas en recursos financieros y proyectos de PD&I @bgi.inventta.net

Fuente: Investe São Paulo (<http://www.investe.sp.gov.br>) Plano: São Paulo Turismo (www.spturis.com)

Latina y ocupa el octavo lugar en el *ranking* organizado por la consultora KPMG de las ciudades globales que más recibieron inversiones extranjeras en 2015".

Para Costa, varios son los sectores atractivos para las empresas que desean invertir en la ciudad: "Los sectores más atractivos son principalmente aquellos que exigen capital humano calificado, altas inversiones en investigación y una buena estructura logística para la circulación de la producción, como el aeronáutico y el automotriz, los biocombustibles y otras formas de energía renovable, las biociencias, los equipamientos médicos y fármacos, la tecnología de la información y comunicación, los servicios financieros, entre otros.

En el ámbito metropolitano, SP Negócios es la responsable de la promoción de inversiones. Según datos de la agencia, cerca de 65% de todas las empresas extranjeras establecidas en Brasil mantienen sus operaciones en la ciudad y casi la mitad de las sedes corporativas latinoamericanas de las grandes compañías mundiales están allí.

La ciudad aloja grandes compañías de todos los sectores de la economía y, según

la consultora inmobiliaria Knight Frank, el espacio de oficinas se viene desarrollando hacia el sur, donde están localizados la mayor parte de los edificios de alta categoría, y al oeste, donde el desarrollo aumentó hace unos dos años. La consultora asegura que grandes inversores como Brookfield, Tishman Speyer y Bueno Netto compraron tierras en esas áreas, para proyectos mixtos con oficinas, *retail*, servicios y viviendas y que las zonas con más desarrollo son Vila Olímpia, Marginal N-S, Berrini y Barra Funda.

Una ciudad inevitable

"Lo que hace atractiva a São Paulo es su escala", dice Gustavo Segré, analista especializado en Brasil y CEO de Center Group, administradora de empresas extranjeras en Brasil. "En 26 años de experiencia hemos traído más de 200 empresas argentinas a Brasil —cuenta—. Sin exagerar, el 93% vino a São Paulo. Es que el esfuerzo de inversión, si se tiene en cuenta el tamaño potencial del mercado, la demanda potencial, justifica competir con otras empresas".

Además, en 2013 entró en vigor una resolución del Senado Federal referida

10 razones para invertir en São Paulo

1. Mayor mercado consumidor de América Latina
2. Innovación tecnológica, con un moderno sistema de parques tecnológicos
3. Responsabilidad ambiental, con una matriz energética 55% renovable
4. Infraestructura de nivel mundial, con acceso al puerto de Santos, mayor de América Latina
5. Número uno en el *ranking* brasileño de competitividad para inversiones
6. Sede de grandes eventos y ferias de nivel internacional
7. Cadena industrial compleja y diversificada que genera productos de alto valor agregado
8. Gran oferta y demanda de servicios en el mayor polo del sector terciario nacional
9. Presencia de 65% de las empresas extranjeras establecidas en Brasil
10. Mano de obra calificada y tres de las mejores universidades de América Latina



Sergio Costa.



Carolina Carvalho.



Alberto J. Alzueta.

al Impuesto a la Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS) en las operaciones interestatales con bienes y mercaderías importadas del exterior, que determina que si una empresa importa en São Paulo y vende allí, recupera el crédito fiscal de 18%, pero si importa en otro estado y vende en São Paulo —algo muy común dadas sus dimensiones— se queda con crédito fiscal sin recuperar.

En la ciudad están los dos aeropuertos que concentran la mayor cantidad de pasajeros de Brasil, Congonhas y Guarulhos, que por sí solo mueve 36 millones de personas al año. Además, Campo de Marte es uno de los principales aeropuertos de aviación ejecutiva y tiene un importante helipuerto y Viracopos, a 90 kilómetros, es el principal aeropuerto de carga. Santos, principal puerto de América Latina, se encuentra a 63 kilómetros. Por la ciudad pasa además la ruta BR 116, que une a todas las principales capitales hacia el sur y hacia el norte.

Aunque hay mucho por hacer a nivel de infraestructura, sobre todo en lo que se refiere a transporte terrestre, Segré afirma: "Para todo lo que sea considerado demanda masiva, **es imposible no tener un centro de distribución en la ciudad de São Paulo** o en las ciudades de los alrededores. No hay cómo evitarlo".

Las ciudades de la *grande São Paulo*, integradas a la vida en la metrópolis, también concentran interesantes mercados. Las empresas de servicios, por ejemplo, apuestan a Barueri. Allí, el Impuesto Sobre Servicios (ISS) es de 2% contra el 5 de São Paulo. Empresas administradoras de tarjetas de crédito o *call centers*, entre otros, se instalan en la localidad, a solo 30 kilómetros del centro.

Para Segré, sin embargo, hay algunas características de la capital paulistana que

podrían ser mejoradas para beneficio de las empresas extranjeras interesadas en invertir allí: **"Es muy burocrático el proceso de apertura de una empresa**, porque hay mucha gente tratando de instalarse, entonces los organismos no dan abasto", dice. La demora es aún mayor para las industrias relacionadas con el impacto ambiental, como petroleras y afines.

Otra dificultad es la **enorme congestión de tráfico** en la ciudad, que ya suma ocho millones de vehículos. "El tráfico es un dato no menor, hay mucha gente que se muda para estar cerca del trabajo. Te obliga a tener dos o tres reuniones cuando en otra ciudad podrías tener cinco o seis. Y todo eso es pérdida de competitividad", explica Segré.

2017, punto de inflexión

Aunque para este año la opinión está dividida entre análisis más optimistas y otros cautelosos, es un hecho que Brasil atraviesa una de las crisis más fuertes de su historia. El PIB lleva tres años consecutivos de caída, con el de 2016 un 6,6% más bajo que el del año anterior.

Para Segré, el nivel de impacto de la

"En el segmento de la minería y materias primas en general, Argentina y Brasil unidos, más allá de ser autosuficientes, pueden suplir una buena parte de las necesidades del mercado internacional".

situación depende del tipo de empresa: "Si tenés alta dependencia del producto masivo y del crédito, la crisis te pegó muy fuerte, porque **la tasa de interés está muy alta y hay mucho desempleo**, con lo cual la gente evita consumir —explica—. Si sos una pyme de cualquier parte del mundo, en función de la escala de Brasil en general, sabiendo dónde ir a buscar tu cliente, la crisis no te pega".

El director de Center Group dice, además, que si bien los brasileños se están moviendo con cautela a la hora de invertir, no es esa la reacción de los extranjeros: **"El extranjero no invierte por cómo está la situación hoy, invierte por lo que vendrá y no deja de invertir"**.

En Brasil, el volumen de inversiones productivas internacionales en 2016 bajó el 23% en relación a 2015, mientras la retracción mundial fue del 13%. Pero el país pasó de ser la octava a ser la séptima economía que más recibe recursos del exterior.

Para Segré y su equipo, 2017 es un punto de inflexión: "No esperamos que Brasil crezca demasiado, pero lo importante es que pare de caer. El gobierno dice que el crecimiento será del 1,6%, el FMI entre el 0,2 y 0,5%, nosotros estimamos que será **entre un 0,5 y 0,7%**". Eso depende, de acuerdo con su análisis, de que el gobierno de Michel Temer atienda cuatro situaciones clave: el congelamiento del gasto público (ya aprobado por el Congreso), la reforma del sistema de jubilación (pendiente de aprobación), la flexibilización laboral y la reforma tributaria.

Brasil, cuya economía se apoyaba en el **superávit fiscal, la meta de inflación y libertad de cambio**, debe recuperar los dos primeros para salir a flote. Se estima que solo en 2019 saldrá del déficit, pero para



Vista de São Paulo.

este año se espera lograr la meta de inflación, que hoy está a mitad de camino.

Iberoamericanos en São Paulo

Con tantas empresas extranjeras instalada en la ciudad, las cámaras de comercio de países iberoamericanos dan una idea de cómo es el clima de negocios para sus ciudadanos en la capital financiera de Brasil.

Sectores más atractivos

Todos exigen capital humano calificado, altas inversiones en investigación y una buena estructura logística para el flujo de la producción:



Aeronáutico



Automotriz



Biocombustibles y otras formas de energía renovable



Biociencias



Equipamientos médicos y fármacos



Tecnología de la información y comunicación



Servicios financieros

FOTO: JOSÉ CORDEIRO

Para **Carolina Carvalho**, directora ejecutiva de la **Cámara Oficial Española de Comercio en Brasil**, los sectores más prominentes son los de **información y comunicación, industrias de transformación, actividades financieras y de seguros, electricidad y gas, construcción y turismo**. España, tercer mayor país inversor en Brasil, con un *stock* de inversiones de 64.000 millones de dólares, tiene al mismo tiempo a Brasil como segundo destino mundial de las suyas, según datos del censo anual de 2015 del Banco Central de Brasil.

"Las oportunidades son enormes —afirma Carvalho—, con una tremenda demanda y potencial de crecimiento en diversos sectores, como energías renovables, infraestructuras, transporte y movilidad, saneamiento, gestión de residuos, sin hablar de los agronegocios, que también ofrecen amplias posibilidades de colaboración".

Según Carvalho, cualquier empresario que hace negocios en el país latino paga el llamado "**costo Brasil**", es decir el costo y las horas dedicadas al cumplimiento de las obligaciones tributarias, la gestión laboral y las ineficiencias. "Pero creemos que estamos mejorando y que hay consciencia de que no es posible seguir como estamos si queremos ser un país competitivo", asevera.

TEA CONNECTION, Argentina

Ricardo Quiroz, socio propietario



Tea Connection es un *deli* con opciones naturales, aunque el té es nuestro diferencial. Fue creado en 2006 y llegó en 2010 a São Paulo, una ciudad con una cantidad enorme de personas ávidas de nuevas tendencias. El local de Jardins fue el cuarto de la marca y el primero fuera de Argentina.

Los primeros años fueron difíciles, un poco por falta de estructura interna y otro poco por creer que la marca no necesitaba adaptaciones tropicales. Mi función es adecuarla al mercado brasileño que es, desde mi perspectiva, el más competitivo en el rubro gastronómico de América Latina.

En cuestión de impuestos, el régimen Simples Nacional resulta un fuerte estímulo a la pyme, ya que se pagan impuestos del 4 al 10%, lo que permite re-inversiones en tecnología que no diluyen el margen. En cuanto a financiamiento, empezamos a gestionar líneas de crédito con el banco de Desarrollo de Brasil (BNDES). Para extranjeros, obtenerlas requiere un histórico bueno pero permiten financiamientos clave del negocio a cinco años, con tasas muy inferiores a las de la banca privada.

Una contra de São Paulo es que, si bien el *labor cost* es bajo, los juicios laborales al empleador son moneda corriente. Las empresas constituyen grandes reservas porque saben que, de una u otra forma, los problemas llegan. Tenemos que presentar documentación constantemente y contratamos auditoría legal y contable para que nos mida mes a mes. El costo —y el riesgo— en este sentido es alto. Abrimos 21 locales entre Buenos Aires, Santiago de Chile y Ciudad de México, con una estructura pequeña y sin franquicias. En 2016 nos jugamos a avanzar en Brasil. Crecimos 49% en ventas y 34% en cantidad de clientes. Pensamos abrir tres locales más este año y cuatro en 2018, tal vez explorando alternativas como la franquicia, con la que Brasil muestra un desarrollo enorme.



Avenida Paulista.

FOTO: JOSE CORDEIRO.

En palabras de Alberto J. Alzueta, presidente del consejo de la Cámara de Comercio Argentino Brasileña: "En Brasil, abrir una empresa lleva entre 120 y 180 días. En Argentina, todavía se traban las importaciones de productos brasileños en más de 60 días. La burocracia de un lado o de otro es realmente amargante. Más allá de esto existen los problemas de crédito y de intereses elevados en los dos países. No es posible que con el desarrollo de la tecnología no se resuelvan rápidamente estas dificultades".

Sin embargo, Alzueta reconoce las oportunidades que ofrece el escenario. "Este es un momento de análisis de integración productiva de las empresas argentinas y brasileñas –dice–. En el terreno agronegocios, nuestros países pueden alimentar buena parte de la población mundial. En el segmento de la minería y materias primas en general, Argentina y Brasil unidos, mas a allá de ser autosuficientes, pueden suplir una buena parte de las necesidades del mercado internacional".

Por lo tanto, aunque el clima de negocios aún es incierto, ambos directivos confían en las medidas del gobierno actual para llevar a la economía brasileña en la dirección adecuada.

Cifras paulistanas

Su **Bolsa de Valores** (Bovespa) es la **segunda mayor del mundo**

En la ciudad hay **174 shopping malls** que concentran **35 millones de consumidores**

Hay **8 millones de vehículos**

Tiene la **segunda flota de helicópteros** después de Nueva York y la mayor cantidad de autos blindados del mundo

Tiene **10.8 millones de habitantes** y 19 millones si se suman los de las 38 ciudades que la rodean

El municipio de São Paulo es el **décimo mayor PIB del mundo**

La **octava mayor aglomeración urbana** del mundo

La ciudad de los helicópteros y las ferias

No solo se ha vuelto cada vez más frecuente la presencia de compañías extranjeras en la metrópoli, sino que recibe gran cantidad de visitantes que asisten a congresos o eventos como ferias y conferencias. Según la International Congress and Convention Association (ICCA), que calificó a São Paulo como el primer lugar entre las ciudades que reciben más eventos internacionales en América, **cada año tiene lugar en la ciudad 392 ferias, con un impacto de 16.300 millones de reales.**

El **predio Anhembi**, con un palacio de convenciones, un sambódromo y tres pabellones de exposiciones, es la mayor superficie cubierta de Brasil, con más de 400.000 metros cuadrados de área total. Anualmente recibe más de **3,5 millones de personas** y se realizan allí unos 150 eventos en los 18 espacios de varios tamaños y funcionalidades diferentes.

Sumada la cantidad de habitantes de la ciudad a los trabajadores que cada día llegan de las localidades vecinas y las idas y vueltas de los visitantes a los numerosos eventos que ocurren en la capital, el hecho de que São Paulo se haya vuelto casi intransitable parece una obviedad.

Los **80.000 vuelos de helicóptero** que **pasan sobre el centro de la ciudad cada año** prestan una alternativa lujosa a las casi tres horas diarias que un paulista promedio pasa por día en el tráfico. Según la Asociación Brasileña de Pilotos de Helicóptero (ABRAPHE), **de los 2.191 helicópteros que hay en todo Brasil, casi un cuarto está en la ciudad de São Paulo: 410.**

La ciudad tiene la segunda flota de helicópteros después de Nueva York y la mayor en América del Sur, en un mercado que incluso ha crecido con la crisis económica que atraviesa el país desde 2014. Con más de 200 helipuertos, muchos en edificios de empresas y hoteles de lujo, hay incluso Uber de helicópteros en la ciudad. Fly Helo, por ejemplo, permite compartir vuelos a varios destinos del interior y el litoral. ●

BRANDTONE, Irlanda

Andrés Stella, CEO Latam



Brandtone es una compañía de CRM Mobile orientada a construir una relación fuerte y mutuamente beneficiosa entre nuestros clientes y el *retail*. Hacemos, por ejemplo, que Mondelez, Pepsico o Coca Cola generen mejores negocios con sus clientes del canal tradicional o que Pfizer defienda su participación en farmacias independientes. São Paulo es un mercado muy abierto a la innovación y con buena actitud para asumir riesgos. Tiene un empresariado osado, competitivo y bien informado. Hay una gran disponibilidad de recursos y un universo de negocios altamente concentrado, los *headquarters* del 90% de nuestros clientes están aquí. La presencia de las universidades mejor ranqueadas de América Latina nos permitió contratar recursos humanos de primer orden y, a nivel servicios, pudimos subcontratar áreas de *staff* en prestadores con presencia internacional. El *hub* de transporte hizo posible montar una estructura pequeña con un alto impacto comercial en la región. La ayuda del Centro de Integración Escuela - Empresa (CIEE) ha sido clave para hacer contrataciones de estudiantes de alto potencial y el apoyo de Enterprise Ireland, una organización del gobierno de Irlanda, ha sido fundamental sobre todo en los primeros 12 meses. El principal factor que complica inversiones y crecimiento es la estructura impositiva de Brasil, que hace las operaciones muy onerosas, y las regulaciones laborales, que elevan el costo de mantener una estructura. Asimismo, las altas tasas de interés hacen que financiarse en los malos momentos o durante el *set up* de un negocio sea caro. A la hora de venir a invertir, hay que tener un sólido respaldo financiero para sustentar la transición hasta las buenas temporadas. Después de los éxitos en México, Colombia y Perú, sustentaremos desde São Paulo el *set up* de nuestra incipiente operación en Argentina.

Guía de la ciudad



Una selección para aprovechar las infinitas opciones gastronómicas y hoteleras paulistas. Además, qué ver, leer y escuchar antes de ir.

Para orientarse

Guía Michelin de Río de Janeiro y São Paulo

Michelin, 2016

320 págs.

La guía destaca la creatividad y la gran variedad y riqueza culinaria brasileña, apuntando a Río de Janeiro y São Paulo como referentes. En São Paulo hay restaurantes con dos estrellas Michelin, como D.O.M, de Alex Atala. Son varios los que consiguieron una y los que entran en la categoría Bib Gourmand. Está también disponible para descargar de la app gratuita de la Guía Michelin.

Brasil 6

Geo Planeta Libros, 2017

756 págs.

Es la guía de Brasil más vendida en España, con una nueva edición que comprende las playas de arena blanca, los destinos más verdes y las metrópolis frenéticas como São Paulo. Incluye mapas desplegables, un capítulo especial sobre el carnaval y guía de naturaleza de Amazonas.

São Paulo - Cidade e Arquitetura

Francisco Zorzete, 2014

291 págs.

Con versión en portugués y en inglés, el libro está dividido en cinco capítulos pensados en función de los grandes cambios ocurridos en la ciudad que generaron nuevas condiciones urbanas. Sus textos, imágenes y mapas revelan la superposición de infraestructuras y estilos, facilitando la llegada y visita de las obras.

Hoteles

Boutique Unique (1)

Visualmente deslumbrante, este hotel diseñado por Ruy Ohtake ofrece 84 habitaciones y 10 suites, todas con hidromasaje, escritorio y máquina de café. Su bar y restaurante Skye tiene una impresionante terraza y piscina con vistas a la ciudad.

Av. Brig. L. Antônio 4700, Itaim | +55 11 3055-4710 | www.hotelunique.com.br

Guest Urban (2)

El hotel intenta facilitar la relación de los huéspedes con la ciudad, ofreciendo datos y secretos para experimentar São Paulo como un local. Una galería de arte forma parte del espacio localizado en una construcción de los años '60, donde el *charme* de los viejos tiempos todavía persiste. Hay bicicletas disponibles para alquilar y tarjetas de transportes para circular por la ciudad. Cuenta con un pequeño espacio para eventos y un jardín con *deck*.

Rua Lisboa 493, Pinheiros | +55 11 3081 5030 | www.guesturbansp.com.br

Lujo

Tivoli Mofarrej (3)

A una cuadra de la Av. Paulista, este hotel de cinco estrellas tiene habitaciones redecoradas, excelentes salas de reunión, la mayor suite presidencial de América Latina, piscina exterior climatizada, *spa* de lujo y un restaurante en la planta 23 con magníficas vistas.

Al. Santos 1437, Cerqueira César | +55 11 3146 5900 | www.tivolihotels.com

Fasano (4)

Perteneciente a una familia de larga tradición gastronómica, el hotel fue proyectado por Isay Weinfeld y Márcio Kogan. Las suites y apartamentos son espaciosos y cuidados en cada detalle: sábanas egipcias, tapetes persas, molduras venecianas y vasos de Murano se combinan en un ambiente lujoso pero sobrio. Cuenta con dos restaurantes y un bar, además de *spa*, piscina cubierta, sala de *fitness* y *business center*.

Rua Vittorio Fasano 88, Jardins | +55 11 3896 4000 | www.fasano.com.br

Emiliano (5)

Localizado en la calle más elegante de la ciudad, el hotel está rodeado de tiendas de lujo, galerías de arte y restaurantes. Cuenta con *spa*, un excelente restaurante y un bar con la carta de *champagne* más completa del país. La suite cubo tiene una sala de estar con piscina propia y una vista de 180° de la ciudad.

Rua Oscar Freire 384, Jardins | +55 11 3069 4369 | www.emiliano.com.br

Business

Golden Tulip Paulista Plaza (6)

Con 371 apartamentos recientemente reformados y piscina descubierta, el hotel tiene años de experiencia en el segmento *business*. Cuenta con un área totalmente funcional para eventos empresariales, con nueve salones —siete en el subsuelo una en el entresuelo y el Plaza Club, un espacio exclusivo en el piso 24—. Su restaurante All Seasons ofrece una buena opción, aunque el hotel está rodeado de los mejores locales gastronómicos de la ciudad.

Al. Santos 85, Jardins | +55 11 2627 1000 | www.goldentulippaulistaplaza.com

Blue Tree Premium Faria Lima (7)

El hotel, en un barrio con las mejores opciones de entretenimiento, compras, bares y restaurante, cuenta con *business center*, centro de convenciones, estacionamiento y barbería. Además, tiene helipuerto propio. Sus 338 apartamentos están completamente equipados y tienen estación de trabajo con silla ergonómica.

Av. Brigadeiro Faria Lima 3989, Vila Nova Conceição | +55 11 3018 1848 | www.bluetree.com.br

Ibis Styles SP Faria Lima (8)

Situado en uno de los principales centros de negocios de São Paulo, a pasos de las avenidas Faria Lima y Rebouças, está en las inmediaciones de Vila Madalena, que alberga un gran número de bares y discotecas. Ofrece 180 apartamentos modernos y acogedores, desayuno tipo bufé libre y *business corner*.

Rua Tavares Cabral 61, Pinheiros | +55 11 3093 7200 | www.ibis.com



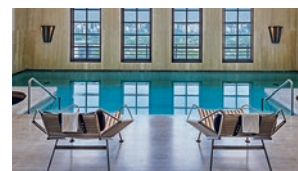
1



2



3



4



5



6



7



8

Un día en la ciudad

1 El recorrido empieza en la **Avenida Paulista**. Su ícono es el Museo de Arte de São Paulo (MASP), aunque vale la pena visitar la Livraria Cultura y pasear por Augusta, calle "alternativa" de la ciudad.

En el **centro** está la famosa Estación Luz y la Pinacoteca, junto a otros íconos históricos: el Théatro Municipal, la Praça da Sé con su Catedral y el Pátio do Colégio, primera construcción de la ciudad. El Mercado Municipal o *mercado* ofrece en su elegante edificio gran variedad de frutas, especias y delicias locales.

El **Parque Ibirapuera**, con más de 1.500 kilómetros cuadrados, tiene ciclovías, lagunas y un planetario, además de alojar al Museo Afro Brasil, el Museo de Arte Contemporáneo (MAC) y la sede de la Bienal de São Paulo.

El día termina en el barrio bohemio de **Vila Madalena**, lleno de bares, *botecos* y restaurantes, además de la sede de la *escola de samba* Pérola Negra.

De compras

2 São Paulo tiene los **centros comerciales** más lujosos de Brasil. Uno de ellos es el JK Iguatemi, en Itaim Bibi, que cuenta con tiendas como H. Stern, Chanel, Miu Miu y Gucci. El Morumbi, en el barrio del mismo nombre, tiene además una sala de teatro.

La tienda **Daslu** es una multi-marca de lujo, conocida como la Meca de los diseñadores de moda. Es el lugar en el que buscar lo último en accesorios y ropa exclusivos.

Para salir del *mall*, lo ideal es la **calle Óscar Freire**, donde se mezclan las tiendas más exquisitas y restaurantes de nivel internacional, además de numerosas galerías de arte.



Parque Ibirapuera.

Restaurantes, cafés y bares

3 Veloso

Las 14 mesas de este bar se llenan apenas abre. Es que las mejores *coxinhas* (croquetas rellenas de pollo) están aquí y las *caipirinhas* de mandarina con pimienta o cajú con lima son irresistibles.

Rua Conceição Veloso 54 | +55 11 5083 1455 | www.velosobar.com.br

4 Urbe

Moderna mezcla de café y bar, cerca de la famosa esquina de Av. Paulista y la calle Augusta. Café molido en el momento, zumos de frutas y delicias locales.

Rua Antônio Carlos 404 | +55 11 3262-3943 | facebook.com/urbecafe

5 Tordesilhas

Hace tres décadas que la chef Mara Salles prepara clásicos de la cocina brasileña como la moqueca o el pastel de camarón en este restaurante, que para muchos es el mejor en su tipo.

Al. Tietê 489, Cerqueira César | +55 11 31077444 | www.tordesilhas.com

6 Casa Mathilde

Perfecto para tomar un café en el corazón de la ciudad, es una confitería típica portuguesa donde se pueden degustar exquisitos dulces artesanales, como el tradicional *quindim*.

Praça Antônio Prado 76, Centro | +55 11 3106 9605 | www.casamathilde.com.br



Mercado Municipal.



Vila Madalena.



Veloso.



Urbe.



Tordesilhas.



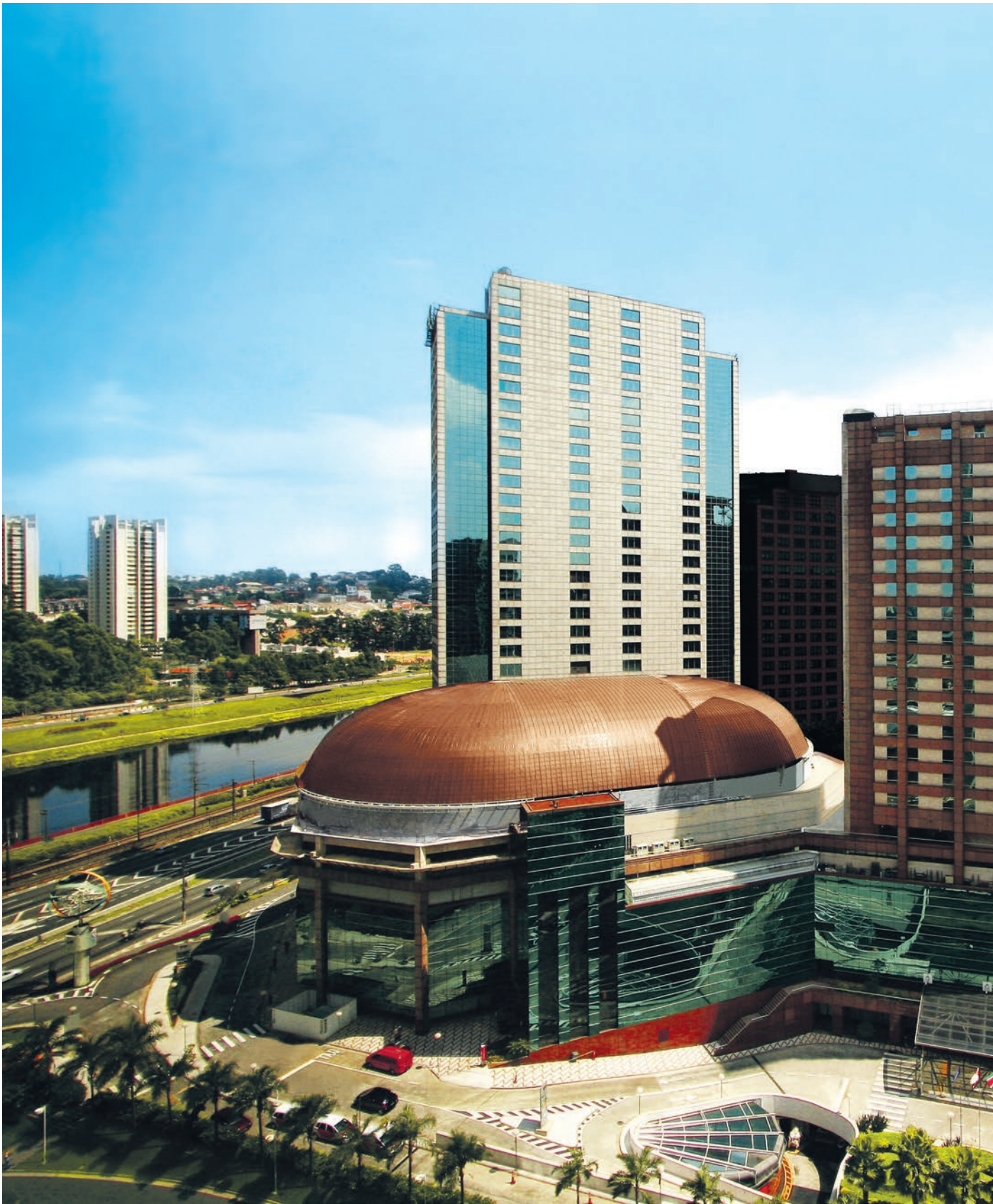
Casa Mathilde.

Antes de viajar

UN disco: *Convoque seu Buda*, Criolo, 2014. Tercer álbum del rapero y cantante de MPB, mezcla *reggae* y música africana en letras que abordan la realidad social de Brasil y temas de actualidad. El *track* "Casa de papelão" le canta a los grandes centros urbanos como São Paulo.

UN libro: *Tanto faz / Abacaxi*, Reinaldo Moraes, 2011. Originalmente publicadas por separado en los '80, las novelas hoy reunidas narran los recuerdos del viajero bohemio Ricardo de Mello. París, Nueva York y Río de Janeiro pasados por el ojo paulistano del protagonista.

UNA película: *El invasor*, Beto Brant, 2001. Dos empresarios contratan a un asesino para matar a su socio, sin saber que al hacerlo están creando un nuevo problema. Dos mundos sociales opuestos comienzan a entremezclarse en una São Paulo que nunca para.



WTC São Paulo

El WTC paulistano, en el moderno barrio de negocios Brooklin Novo, ofrece un lujoso centro de eventos y está integrado con D&D, el *shopping* de decoración más completo de Brasil.

Ubicación

Tiene una localización privilegiada en Brooklin Novo, con acceso por la Marginal del Río Pinheiros y avenidas como Luís Carlos Berrini y Bandeirantes. Además, está cerca de restaurantes, hoteles, bancos y centros comerciales. El barrio se ha transformado en un gran centro de negocios en la ciudad, gracias a nuevos emprendimientos que aprovecharon el potencial de la zona y la tornaron atractiva para más empresas.

Historia

El World Trade Center São Paulo fue fundado en 1995. Su construcción había comenzado dos años antes en la región de la Avenida Berrini, siendo allí un pionero de la concentración de multinacionales, corporaciones e importantes oficinas brasileñas.

Descripción

Considerado el mayor complejo de negocios de América Latina, es el polo en el que se concentran varios segmentos de la economía.

Está compuesto por la WTC Tower, moderna torre de oficinas de 25 pisos, el Sheraton São Paulo WTC Hotel, el WTC Business Club y el WTC Events Center, con 12.000 metros cuadrados divididos en 60 espacios flexibles que pueden alojar desde grandes eventos corporativos y culturales hasta pequeñas reuniones y encuentros de negocios. El WTC Ballroom, por ejemplo, cuenta con 1.200 metros cuadrados y un teatro de 525 butacas. Y el Golden Hall, espacio multifuncional, permite innumerables posibilidades de montaje y acomoda hasta 2.500 personas.

Además, el complejo está integrado con el D&D Shopping, el *mall* dedicado a la decoración más completo de Brasil. Con 90 tiendas diversificadas, brinda una mezcla de piezas exclusivas de grandes diseñadores, objetos y utensilios para la casa e ítems para construcción y reformas.

Servicios

El WTC Business Club propone a cada miembro un plan de negocios 100% customizado. Ofrece una plataforma de alcance regional, nacional y global, con herramientas de generación de negocios, acceso a mercados regionales, negocios internacionales y relaciones empresariales.

Además, el centro aloja agencias de viajes, bancos, un espacio *transit lounge* y 33 opciones gastronómicas, todo con seguridad 24 horas.

Empresas

Entre los locatarios de la WTC Tower se encuentra la agencia de calificación de riesgo Moody's y la administración de la cadena hotelera Meliá, entre empresas financieras, inmobiliarias y de logística.



FOTO: GENTILEZA WTC SÃO PAULO

Trade cities

1. Dubái, Emiratos Árabes Unidos

Costa Rica abrirá una oficina de promoción comercial en Dubái. El gobierno de Costa Rica anunció que la embajada y la oficina de promoción comercial que abrirá en Dubái en el primer trimestre de 2017 buscan potenciar las relaciones bilaterales, estrechando el vínculo con los Emiratos Árabes Unidos en materia de turismo, energía, transporte e intercambio comercial. Uno de los objetivos es aumentar en un 20% las exportaciones y diversificar los productos exportados. “Medio Oriente es un mercado con muchísimo potencial para Costa Rica”, destacó el gerente general de Procomer, Pedro Beirute, y señaló que se trata de un mercado de 10 millones de habitantes que importa el 90% de sus alimentos.

2. Huanghua, China

Huanghua se consolida como el mayor puerto chino para el transporte de carbón. Ubicado a 60 kilómetros de Beijing, Huanghua se convirtió en el mayor puerto para el transporte de carbón de China. Su capacidad alcanzó los 204 millones de toneladas en 2016, lo que representó un crecimiento interanual del 49%. Con una inversión de más de 8.700 millones de dólares, en el puerto se construyó un canal marítimo que permite recibir buques de 200.000 toneladas, con 33 embarcaderos para naves que pesen más de 10.000 toneladas.

3. Hong Kong, China

Hong Kong, un sitio estratégico para invertir en los mercados asiáticos. En el marco del seminario “Hong Kong como plataforma para el acceso a los mercados de China Continental y del Sudeste Asiático”, los especialistas resaltaron que la ciudad china actúa de hecho como *hub* para operar en los países de la región. En ese sentido, Rosana Termino, de Asecorp China, resaltó que la centralidad geográfica de Hong Kong respecto a los países que integran la ASEAN la convierte en una plataforma de primer orden para las empresas que buscan invertir en Asia-Pacífico. Por su parte, Claudi Calvera, de Kerry Logistics, destacó: “Operando desde Hong Kong se reduce el tránsito de transporte a un máximo de 10 días”.

4. Gran Canaria, España

Gran Canaria y Chengdu firman acuerdo de colaboración que favorece a la industria europea. El Cabildo de Gran Canaria firmó un acuerdo de cooperación y asociación

estratégica con las autoridades de Chengdu. Se prevé que el acuerdo facilitará la entrada de la industria automovilística de la ciudad china en Europa, así como otras oportunidades en los sectores turístico, industrial, cultural y ecológico de carácter bilateral. El director general de Asuntos Exteriores y de Ultramar de Chengdu, Lu Sheng, destacó además la posibilidad de fomentar el turismo a la isla española desde la ciudad china. Asimismo, señaló el aumento de las conexiones aéreas entre España y China, que cuenta hoy con dos vuelos directos semanales entre Chengdu y Madrid.

5. Buenos Aires, Argentina

Buenos Aires lanza su Agencia de Inversiones. El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires creó la Agencia de Promoción de Inversiones y Comercio Exterior, InvestBA. Dependiente del Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología de la Ciudad, InvestBA busca posicionar a la capital argentina como la principal plaza de Inversión Extranjera Directa (IED) de América Latina. La iniciativa coloca a la ciudad a la par de otras grandes urbes del mundo como Londres, Sidney, Bogotá y São Paulo. Además, llega impulsada por el reciente nombramiento de Buenos Aires como la mejor ciudad para el talento de América Latina, según el Índice Global de Competitividad del Talento.

6. Foz do Iguaçu, Brasil

Brasil avanza proyecto para instalar una zona franca en Foz do Iguaçu. La Comisión de Integración Nacional y Desarrollo Regional de la Cámara de Diputados de Brasil aprobó la creación de una zona de libre comercio en los municipios de Foz do Iguaçu, Guaíra y Barracão, en el Estado de Paraná. La propuesta apunta a enfrentar la competencia comercial con las ciudades vecinas: Puerto Iguazú, en Argentina, y Ciudad del Este, en Paraguay, que comercializan productos a través de tiendas tipo *free shop*. Actualmente, se espera un análisis de factibilidad hasta su aprobación definitiva.

7. Copenhague, Dinamarca

Copenhague, la mejor ciudad del mundo para atraer talento. Según el Índice Global de Competitividad del Talento, Copenhague se ubica por encima de Zúrich (Suiza), Helsinki (Finlandia), San Francisco (Estados Unidos) y Gotemburgo (Suecia) entre las principales ciudades para atraer talentos de todo el mundo. El estudio, dado a conocer por la escuela de negocios Insead, asegura que la ciudad danesa se encuentra en una “reñida competencia con otras ciudades para atraer inversiones, negocios y talentos”. Para el alcalde de Copenhague, Frank



1



2



3



4



5



6



Jensen, el resultado representa un reconocimiento al trabajo que se está realizando desde el municipio para crear una ciudad atractiva, con elevada calidad de vida y oportunidades profesionales.

8. Tijuana, México

Programa Ciudades competitivas busca generar condiciones de crecimiento económico en Tijuana. En el marco del programa Ciudades Competitivas, la ciudad fronteriza de Tijuana presentó importantes avances, según Rocío Ruiz Chávez, subsecretaria de Competitividad y Normatividad de la Secretaría de Economía. Asimismo, explicó que se trabaja en facilitar las inspecciones de madera en la aduana, gestionando mejoras en las revisiones para hacerlas más expeditas. Según Ruiz Chávez, también se avanza en la Estrategia Digital Nacional para crear una ventanilla única con la digitalización de unos 4.000 trámites. Por su parte, el alcalde Juan Manuel Gastélum indicó que se impulsan mejoras en vialidad y logística, permisos de construcción e implementación de herramientas de comercio exterior. Actualmente, el programa está vigente en Tijuana, Ciudad Juárez, Oaxaca y Lagunera.

9. Tenerife, España

Tenerife se convertirá en la capital de las Zonas Francas Iberoamericanas en 2017. La Zona Franca de Tenerife (ZFT) fue seleccionada como sede para la celebración de la XXI Asamblea de la Asociación de Zonas Francas de las Américas (AZFA). La nueva edición del encuentro, que reúne a más de 600 representantes de 16 países iberoamericanos, se celebrará en septiembre de 2017. Cabe señalar que durante los últimos años, la ZFT sobresalió por su importante tarea en la promoción y desarrollo de proyectos que impulsan la estrategia para la conectividad entre América Latina y Europa.

10. Londres, Reino Unido

China inaugura su primer tren de carga a Londres. La capital de Inglaterra y del Reino Unido se convirtió en el nuevo destino de transporte de carga de la Corporación de Ferrocarriles de China. El convoy, que parte de la estación occidental de ferrocarril de Yiwu, en Zhejiang, recorre alrededor 12.000 kilómetros hasta llegar a Londres. En 18 días de viaje, el tren cruza por Kazajistán, Rusia, Bielorrusia, Polonia, Alemania, Bélgica y Francia antes de arribar a Londres, que se convirtió en la decimoquinta ciudad europea incluida en la red de trenes de mercancía entre China y Europa. Se espera que el servicio mejore los lazos comerciales entre China y Reino Unido, fortaleciendo la conectividad regional y las iniciativas como la de la Franja y la Ruta, de China. ■

FOTOS: 1, 3, 4, 7 Y 10: WWW.PIXABAY.COM, 2: XINHUA NEWS AGENCY, 5: GCBA, 6: WWW.PUERTOSDETENERIFE.ORG

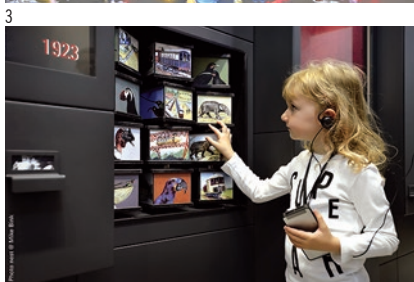


Museo Nest

En Vevey, Suiza

Nestlé celebró sus 150 años en el mercado con la apertura de Nest, un museo ubicado en el sitio original donde Henri Nestlé desarrolló sus primeros productos. Con una superficie de 6.626 metros cuadrados, el museo no solo repasa la historia de la firma, sino también expone sus mejores campañas de publicidad, propone debates sobre temas socioeconómicos y ofrece espacios lúdicos. La visita a Nest es un viaje inspirador en cuatro ambientes interactivos que permiten descubrir el pasado, el presente y el futuro de una compañía que se adaptó y creció combinando diseño, innovación e investigación científica.

Museo Nest | Chaussée de la Guinguette 10, 1800 Vevey | Abierto todos los días de 10 a 17
www.le-nest.ch/en



1. Hall central del Museo. | 2. Vista externa del Museo. | 3. Forum Space, uno de los mayores espacios interactivos. | 4. Zeitgeist, zona que vincula productos, imágenes e historia de la compañía. | 5. Café Henri. | 6. Visions, una introducción al trabajo de investigación y desarrollo de Nestlé.

FOTOS: GENTILEZZA NEST/ 1, 2, 3, 4 Y 6; MIKE BINK. 5: WILLIAM GAMMUTO.



Pimienta, la reina de las especias

Es una de las *commodities* más antiguas comerciadas entre Europa y Oriente, pero su mercado continúa en franca expansión, desde los orígenes más tradicionales, como India y Vietnam, hasta las grandes plantaciones en Brasil o nuevos emprendimientos en Costa Rica.

Por Lucía Marroquín

La pimienta fue una de las primeras *commodities* que se comerciaron entre Oriente y Europa. Originaria de India, llegó con el griego Eudoxo de Cícico, junto con piedras preciosas, azafrán, clavo y jengibre. Tanto allí como entre los

romanos, los egipcios y al norte de África, el grano era inmensamente valioso por poder conservarse tanto tiempo sin deteriorarse.

A inicios de la Edad Media empezó a utilizarse en España como medio de pago de deudas, impuestos o rentas, e incluso podía entregarse como dote para las hijas de nobles y comerciantes. Las ciudades de Alejandría, Génova y Venecia la comerciaban y era esencial para su prosperidad. Años después, su enorme valor se mantenía intacto, hasta el punto de que los estibadores de los muelles de Londres, uno de los principales puertos especieros de Europa, no podían llevar en sus ropas bolsillos ni dobladillos que permitiesen ocultar granos del cotizado producto.

La pimienta puede ser **negra, blanca o verde** de acuerdo al proceso al que es sometido el grano. El fruto es una drupa que se puede usar entera o en polvo. Se utiliza globalmente para condimentar comidas, aunque también tiene usos medicinales y en el mercado de los productos de belleza.

En las últimas décadas, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el sector ha experimentado un rápido crecimiento motivado por la creciente demanda de las economías en auge de Asia y otros lugares y un mayor reconocimiento de los beneficios para la salud y el valor culinario de las hierbas aromáticas y especias.

Con más de un millón de toneladas exportadas en 2015, según datos del Centro de Comercio Internacional (CCI), es la especia más comercializada en el mundo. Las demás —como jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, laurel y curry— solo llegan a esa cifra agrupadas y la canela, por ejemplo, apenas alcanza 150.000 toneladas. India lidera las exportaciones, con 357.892 toneladas ese año, seguida por Vietnam con 132.509 y China con 119.041.

Datos de la International Pepper Community (IPC) indican que Vietnam, India, Indonesia, Brasil, Malasia, China y Sri Lanka son los mayores productores, mientras Europa, Estados Unidos, Japón y Corea encabezan la lista de consumidores.



Plantación de pimienta de Sela Pepper.

Los mayores productores

Vietnam es el primer país productor a nivel mundial. Bendecido con un suelo rico, clima subtropical, alta humedad y buenas precipitaciones, desde finales de 2013 cuenta con una superficie de cultivo de pimienta de unas 60.000 hectáreas.

El país asiático exporta pimienta negra principalmente a Estados Unidos (26.477 toneladas en 2015), además de a Emiratos Árabes Unidos (11.114 toneladas) y Singapur (9.307 toneladas). El resto van a India, Corea, Egipto y países europeos como Países Bajos y Alemania.

Según la agencia Reuters, los precios de la pimienta en Vietnam han subido 16% desde 2014, superando el aumento de los del café en el mismo período. Muchos de los productores cafetaleros que cultivaban robusta, de hecho, "se pasaron" a la pimienta por sus resultados positivos. El cultivo de pimienta en Daklak, la región cafetalera por excelencia, ha duplicado desde 2012 su superficie hasta llegar a 16.000 hectáreas, lo que supera las expectativas de 15.000 planificadas para 2020 y llega al 20% de la producción total en el país.

Vietnam es el primer país productor a nivel mundial. Desde finales de 2013 cuenta con una superficie de cultivo de pimienta de unas 60.000 hectáreas.

India, mundialmente conocido como país de las especias, es el lugar donde se cree que se originó la planta *piper nigrum*, en las colinas Ghats orientales. Allí, la pimienta negra de Malabar, producida en los estados de Kerala, Karnataka y Tamil Nadu, es uno de sus cultivos más famosos. Está registrada con Indicación Geográfica y es conocida por sus notas azucaradas y tostadas. Según la Junta de Especies de India, esta pimienta altamente aromática y constituye alrededor del 25% del suministro mundial de esta especia. Otra de las variedades cultivadas en India es la pimienta de Tellicherry, de



Granos de pimienta.

grano más grande y menos picante con notas cítricas.

El país exportó en 2015 un total de 357.892 toneladas de pimienta negra, principalmente a Vietnam, Tailandia y Sri Lanka, seguidos por Estados Unidos. El comercio de especias, sobre todo de pimienta negra, es desde hace siglos el motor del desarrollo económico de Kerala y su principal puerto, Cochin.

En Indonesia se produce pimienta en zonas como Lampung y Bangka, y las exporta a Estados Unidos, que absorbe 39% de su pimienta negra y 29% de la blanca, y a países como Vietnam, Sri Lanka y Tailandia. Otros países asiáticos productores son Malasia —cuya área principal es Sarawak y que exporta a Japón, China, Taiwán, Corea y Singapur— y Sri Lanka, que vende más de 50% de su producción a India, Pakistán y Egipto.

Brasil, pimienta latina

En América Latina, Brasil es el principal productor de pimienta —en portugués *pimenta-do-reino*— y se mantiene como uno de los principales del mundo. El país sudamericano fue, junto con Vietnam, el responsable de que entre 1997 y 2002 la producción mundial de pimienta negra saltara de las 189.000 toneladas a las 341.000, aumentando más de 12% por año en esa época.

Gran parte de su cultivo ocurre en los estados nordestinos de Pará —donde hay 32.000 hectáreas cultivadas— y Espírito Santo, y otro tanto en Bahía y



Pimienta negra de Malabar (izquierda) y de Tellicherry (derecha).



Plantas de pimienta.

Maranhão, gracias al clima y el suelo que se encuentran allí.

Si bien en Pará es donde se genera un 80% de la producción del país, según datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), en los últimos años hubo una fuerte **expansión en el norte del estado de Espírito Santo**, con municipios como São Mateus y Jaguaré, que concentran más del 75% del área cultivada. Según el IBGE, en 2016, el estado poseía 8.884 hectáreas dedicadas a la pimienta.

La Cooperativa Agrícola de Tomé-Açu (CAMTA), pionera en la exportación de pimienta en Brasil, tiene una larga tradición y aglomera 131 cooperados con más de 1.800 pequeños productores, con programas de capacitación y otros proyectos en la región.

Pimienta *premium* en Costa Rica

En plena tierra cafetalera, lejos de los orígenes orientales de las especias más conocidas, la pequeña **Poprica**, en la zona norte de Costa Rica, tiene el orgullo de producir **una de las mejores pimientas del mundo**.

Según Luis Fernando Mora, gerente de producción y desarrollo agrícola: "Hay muchas características que hacen que la pimienta de Propica tenga una calidad superior a otras, pero quizá la más relevante es el **porcentaje de piperina**, que está **arriba de 6%**, mientras que la norma internacional llega al 3 o 4%". La piperina es lo que da el "nivel de picor" a la pimienta.

Se trata de una agroindustria que opera desde 1990 en La Tigra de San Carlos, y que tiene proyectos productivos también en zonas como Sarapiquí, Río Cuarto de Grecia, San Ramón, Guanacaste.

Anualmente, siembran unas 335 hectáreas de pimienta, que están en manos de más de **450 pequeños productores**. Juan Carlos Eisen, presidente de Propica, cuenta que la empresa, que tiene un mercado principalmente industrial, exporta 40% de lo producido a Estados Unidos, Canadá, México, países de Medio Oriente, América Central y el Caribe —donde, a través de los años, se consolidó como la mayor industria procesadora de pimienta—.

Una perla camboyana

Camboya, que exporta menos de 1.000 toneladas anuales de pimienta, tiene sin embargo **una joya gastronómica: la pimienta de Kampot**, que muchos identifican por sus toques acaramelados o frutales, un dejo de jengibre y hasta de tabaco. Según la Asociación de Promoción de Pimienta de Kampot: "La pimienta negra de Camboya tiene un aroma fuerte pero delicado. Su sabor, que puede variar entre intensamente picante y moderadamente dulce, revela notas de flores, eucalipto y menta".

La pimienta de Kampot recibió el año pasado la **Indicación Geográfica Protegida de la Unión Europea**, convirtiéndose en el primer producto camboyano con ese sello. En 2015, la región produjo 60 toneladas

de pimienta, 70% de las cuales se fue exportó a Europa, Estados Unidos y Japón.

Allí, **342 familias la cultivan en 184 hectáreas**. Los productores vienen de varias generaciones de campesinos. La industria de la pimienta revivió en los '90, después de que la paz fue restablecida luego del régimen de Khmer Rouge y los años de guerra civil. Entonces, los antiguos productores volvieron a trabajar sus tierras o a cultivar en campos abandonados. **Hoy son ellos los encargados de mantener el know-how del cultivo**.

En 2005, un grupo de europeos notaron que al *expertise* en los métodos tradicionales de los camboyanos les faltaba la experiencia para acceder a los mercados. Así nació **Farmlink**, fundada junto con los productores. La empresa es conocida, entre otras especias, por la marca de pimienta de Kampot **Kadodé**, que se puede conseguir en Europa en paquetes de diferentes tamaños, e incluso comprar *online*.

Sela Pepper es otra de las empresas que trabaja con pimienta negra en Camboya, así como en su preparación para el mercado internacional. Instalada en una nueva fábrica, su objetivo es integrar la agricultura nacional en la industria de la pimienta negra camboyana.

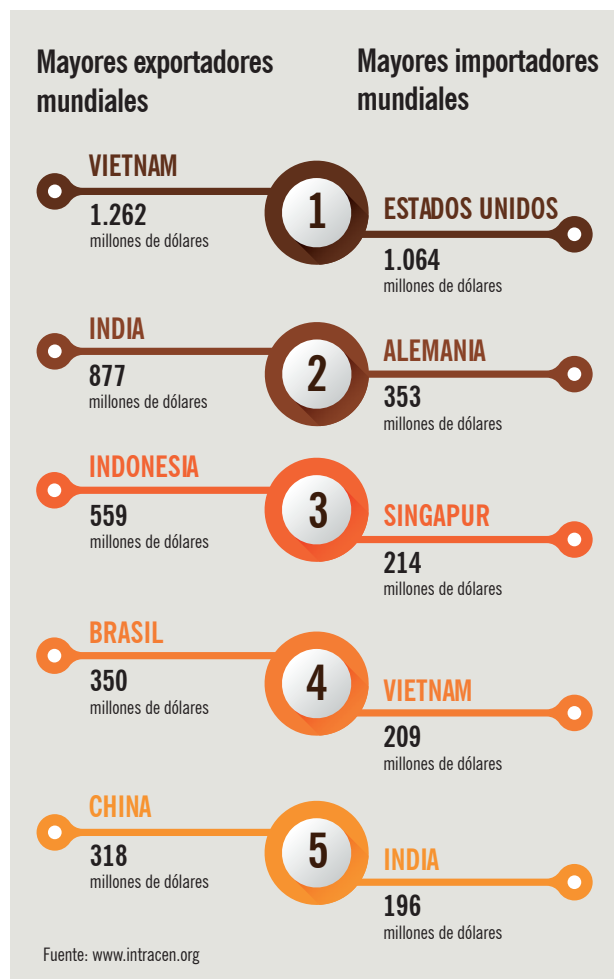
Un antiguo mercado, aún en expansión

Según un informe de la consultora Future Market Insights ("Black pepper market: global industry analysis and opportunity assessment 2016-2026"), el mercado de la pimienta está directamente relacionado a dos industrias: por un lado, a la de **alimentos procesados** y, por el otro, a la de **cosméticos**. Debido al aumento en el consumo productos panificados, de confitería y alimentos listos para comer y fritos en las economías desarrolladas, además del creciente uso de las propiedades antioxidantes y antibacterianas de la pimienta en productos para el cuidado de la piel, **el mercado de la "reina de las especias" se encuentra en franca expansión**.

Está previsto que la ya alta demanda aumente aún más, en un escenario en el que la cosecha de pimienta negra responde solo 30% al 35% del mercado. ●

El grano que da sabor al mundo

Por Lucía Marroquín y María Cecilia Lozano



Contiene **potasio**, **magnesio**, **calcio**, **hierro**, **vitaminas A-B1-B2-B6-C**, **cloro**, **beta carotenos**, **fibra**, **proteínas** y **carbohidratos**.

Valor nutricional cada 100 gramos:

Energía:	280 Kcal	Vitamina A:	19 µg
Proteínas:	10.9 g	Vitamina B1:	0.11 mg
Hidratos de carbono:	38.3 g	Vitamina B2:	0.24 mg
Fibra:	6.5 g	Vitamina B6:	0.34 mg
Lípidos:	3.3 g	Calcio:	430 mg
Ácidos grasos poli insaturados:	1.1 g	Sodio:	44 mg
Ácidos grasos saturados:	0.98 g	Potasio:	1260 mg
Ácidos grasos monosaturados:	1 g	Fósforo:	170 mg

HISTORIA

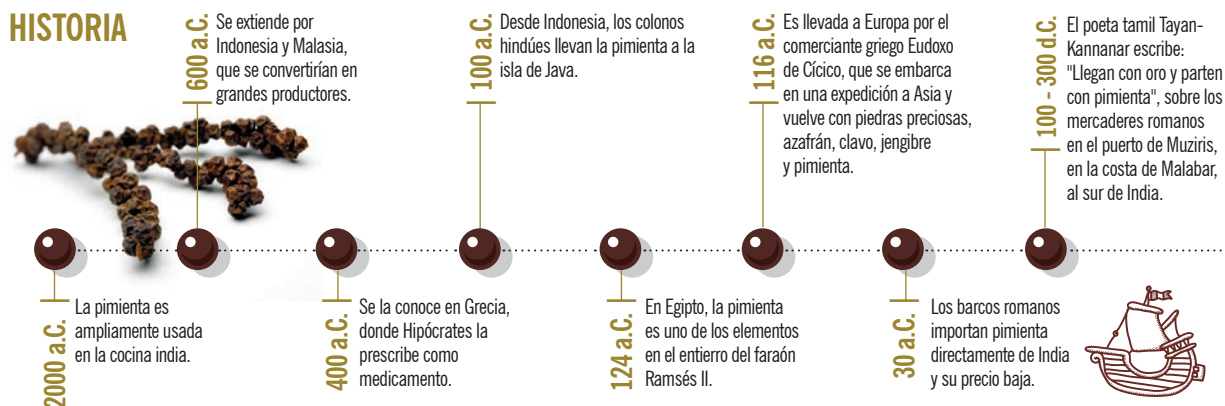


FOTO: TONCA/ISTOCKPHOTO.COM

TIPOS DE PIMIENTA

Todas son producto de la misma planta, con diferentes sabores de acuerdo al momento de cosecha o a los tratamientos a los que se la somete.



PIMIENTA NEGRA

Se obtiene secando las bayas maduras. Se usa como polvo, oleo u oleoresina, sobre todo en la industria alimenticia de la carne y los productos de confitería. Muchos países la compran directamente en grano, sobre todo quienes entienden que el sabor original se mantiene mejor así. Estados Unidos es su principal mercado.



PIMIENTA BLANCA

Se mantienen las bayas bajo agua entre siete y nueve días para ablandar su pericarpio. Una vez removido, los granos blancos se lavan y secan. Se usa más para platos claros, salsas y sopas. Europa es su principal mercado.



PIMIENTA VERDE

Resulta de las bayas desarrolladas pero no maduras, que suelen secarse o conservarse en salmuera, vinagre o ácido cítrico. A los europeos les fascina su color natural y su sabor fresco.

Las "falsas pimientas"

Pimienta rosa: en realidad se trata de las bayas de un árbol denominado pimentero brasileño o turbinto.



Pimienta de Cayena: no es ni siquiera una baya, sino una guindilla pequeña y muy picante proveniente de América Central, que se muele para obtener un fino polvo.

Pimienta de Sichuan: procedente de China, se trata de la vaina del fruto de un árbol llamado pimentero japonés.

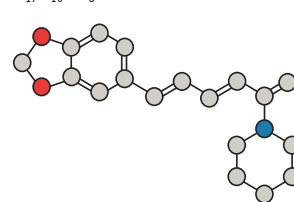
La figurita difícil: pimienta de Guinea

Picante como la pimienta negra, con notas a jengibre, cardamomo y lavanda, esta aromática pimienta proveniente de África es una de las más complicadas de conseguir, ya que casi no se comercializa fuera de su zona de producción. Se encuentra solo entre las góndolas de alguna tienda *gourmet*, bajo el nombre de "Granos del Paraíso" o "Melegueta".

Piperina

La piperina es un compuesto químico orgánico alcaloide, responsable del famoso picor de la pimienta. El porcentaje suele ser de entre 3 y 4%, aunque algunas llegan a tener hasta 6%.

Fórmula molecular:



MOLIDO



El uso de un molinillo se recomienda no solo para proteger la pimienta de la luz y del calor, sino para triturarla justo antes de consumirla. Así se logra mantener lo más preservado posible el aroma de los granos, ya que, como cualquier especia, empieza a perder sabor apenas se la muele.

PLATOS



Rodaballo a la plancha con vino tinto, mantequilla dorada y espinacas.



Vieiras marinadas con pimienta negra de Tellicherry, manzana y hojas de trébol.



Helado de pimienta negra de Tellicherry y bálsamo tibio de fresas.



Alfajor de helado de pimienta negra de Tellicherry y galletas de caramelo salado.



408 d.C.

Roma paga como rescate a Alaric I el Visigodo 5.000 libras de oro, 30.000 de plata, 4.000 túnicas de seda, 3.000 cueros teñidos y 3.000 libras de pimienta.

Siglo V

Roma vuelve a pagar un rescate en pimienta y otras especias, esta vez a Atila el Huno, para evitar que atacara la ciudad.

Edad Media

Durante algo más de 1.500 años, la pimienta se usa como medio de pago en Europa.

1280 d.C.

En Hangzhou, un oficial en la corte de Kublai Khan alardea ante Marco Polo de que la ciudad importa 10.000 libras de pimienta por día.

1453 d.C.

Tras la caída de Constantinopla a manos turcas, se paraliza casi todo el comercio de especias. Muchos navegantes buscan nuevas rutas y el intento de Cristóbal Colón culmina con su llegada a América.

1509 d.C.

Colón lleva a América un muestrario de las especias más requeridas, para saber si allí existen. Por una confusión entre un puñado de pimienta negra y las bayas de un árbol nativo, los españoles descubren la llamada pimienta de Jamaica.

1700 d.C.

La pimienta de Jamaica, que concentra los sabores de la nuez moscada, la canela, el jengibre y el clavo, es introducida en Inglaterra y de allí a toda Europa.

1799 d.C.

En Salem, Estados Unidos, el capitán Jonathan Carnes desembarca con 158.544 libras de pimienta y las vende con una ganancia del 700%. Salem se transforma en puerto pimentero.





Wework Wonder Bread Factory en Washington D.C., Estados Unidos.

COWORKING

El espacio de trabajo repensado

En lugares modernos y dinámicos, el *coworking* permite tanto a independientes como a *startups* y grandes empresas olvidarse de la gestión de oficinas y aprovechar las ventajas de trabajar codo a codo con otros profesionales.

Por Lucía Marroquín

Coworking en primera persona

Estoy sentada en un escritorio amplio, mi computadora enchufada y conectada a *wifi*. Tengo una impresora enfrente y una máquina de café a la vuelta del corredor.

No escribo esta nota desde una redacción ni desde mi casa: estoy en HIT Cowork, en el barrio porteño de Belgrano. Es viernes y, a mi alrededor, otros trabajan también: un hombre tiene una conferencia vía Skype con alguien en España y en dos oficinas privadas con vista a la calle hay pequeñas empresas de dos o tres personas. Este es uno de los más de **60 espacios de coworking** que existen en Buenos Aires.

Se trata de lugares de trabajo comunes, con todos los servicios de una oficina sumados a las posibilidades de *networking* y crecimiento que implica compartir el espacio —y las ideas— con otros. Los hay pensados para diseñadores industriales y artesanos, con talleres de oficios, para arquitectos y diseñadores, con centro de impresión.

En el mundo, este año habrá **13.800 espacios** y **1.180.000 coworkers**, según una encuesta realizada por la publicación *Deskmag* y presentada en la Coworking Europe en Bruselas el último noviembre. Y es que, como indican las tendencias recogidas por The Intuit Report, el porcentaje

de *freelancers*, contratistas independientes o temporarios y *solopreneurs* aumenta día a día y llegará a un **40% de los trabajadores en Estados Unidos para 2020**.

Un lugar para *startups* y pymes

Pero no solo los independientes llenan las salas compartidas alrededor del mundo: las empresas están aprovechando las

Coworking en números



78% de los *coworkers* tienen menos de 40 años

30% prefieren trabajar en horarios regulares de oficina

71% colaboran con otros miembros del espacio en el que trabajan

11% forman nuevas compañías

Fuentes: The Global Coworking Survey 2017 / Deskmag /

Área Tres, el más grande de América Latina

"No somos oficinas temporarias", es lo primero que dice **Martin Frankel, socio gerente de Área Tres**. El espacio fue el primer *coworking* fundado en Buenos Aires, en 2009, y hoy nuclea profesionales independientes, *startups* tecnológicos, pymes y multinacionales que buscan espacios de trabajo de nivel y modernos.

"Son las oficinas de Google para quien todavía no es Google", comenta Frankel, refiriéndose a las comodidades que hay en el espacio. Sin embargo, *coworking* no es solo eso para Frankel: Área Tres tiene un fuerte enfoque en fomentar la generación de una comunidad emprendedora. Su nuevo espacio **A3 El Salvador es el *coworking* más grande de América Latina**: un edificio de 4.600 metros cuadrados, una terraza y un jardín, auditorio para 200 personas. Allí tiene lugar el **hub del ecosistema emprendedor de la ciudad**, que incluye tanto a independientes y *startups* como a equipos de multinacionales.

"Es para quienes priorizan la energía de estar alrededor de 450 personas apasionadas y lo que eso genera –cuenta Frankel–. Es una **comunidad curada**, que quiere decir que todos aplican para formar parte." Las empresas que lo componen son, dice, las que entienden el **valor agregado de trabajar en una comunidad de alto nivel y lo que implica participar de ella**, con sus beneficios y requisitos.

Los eventos, los momentos de ocio, los *after*s, son aquellas instancias que Área Tres busca valorar. A veces se trata de un encuentro de programadores y otras simplemente de que un DJ esté tocando en la terraza y compartir una cerveza con el resto de los *coworkers*. "Es el valor de encontrar el tiempo de tomarte algo y



conocer gente. Hasta que no encontrás a esa persona y te ponés a hablar, no sabés qué se puede dar a futuro".

¿Cómo encaja una multinacional en ese contexto? Para Frankel, tiene grandes beneficios: "Las empresas grandes lo aprovechan, porque suelen haber perdido esa cosa del *startup*, de ser joven y ágil en la toma de decisiones, les cuesta cambiar y responder al mercado".

Son ellas las que buscan en el *coworking* una oportunidad de aprender **nuevas metodologías en el desarrollo de negocios**, elementos que los lleven a la vanguardia. "Los que están cambiando el mundo son los chiquitos, los Airbnb, los Uber, que hoy son gigantes pero hace cuatro años no existían", dice Frankel.

Pero, además de querer aprovechar la energía emprendedora, **las compañías ya establecidas o más tradicionales tienen algo que aprender de los nuevos modos de trabajo**: "Si las grandes empresas quieren atraer a los *cracks* de 25, 28, 30 años, les tienen que ofrecer un entorno distinto del que les daban en los '90", asegura Frankel, que compara las aspiraciones profesionales de cualquier *millennial* con la de sus padres y concluye que difícilmente sean las mismas. ■



ventajas administrativas y económicas de instalarse en centros de *coworking*, con un espacio propio y acceso a salas de reunión y otros servicios de oficina.

Tictapps, empresa de desarrollo de aplicaciones *mobile*, decidió mudarse al *coworking* La Maquinita, en el barrio porteño de Palermo. En primer lugar, los motivó el costo y el tiempo que ahorrarían con esta nueva opción. "Preferimos un lugar donde podamos enfocar nuestro tiempo en nuestro negocio, que es lo que realmente sabemos hacer", cuenta **Ignacio Barrea, cofundador y COO**. Pero además, dice que La Maquinita funciona como integradora social o "casi un reemplazo de RRHH". Las salidas, torneos de fútbol, los *after office* organizados los viernes ayudan en la interrelación de las personas y las empresas.

"Nosotros trabajamos en el *open-space*, sin oficina privada, y somos 16 personas –cuenta–. La verdad es que con la cantidad de espacios comunes y las salas de reuniones disponibles, **solucionamos el 100% de nuestras reuniones y organización como empresa**".

Barrea explica que hay una red social interna en la que los miembros interactúan para hacer *networking*. "El ambiente y la gente suman positivamente a la dinámica laboral de la empresa", asegura.

Del otro lado del mundo, en Bangalore, India, **BHIVE** ha sido el entorno ideal para el desarrollo de empresas como **Runnr**, una compañía de *delivery* que empezó allí como RoadRunnr y se transformó en una *startup* exitosa, recaudando más de 28 millones de dólares. **Durgesh Kaushik, director de marketing** del espacio, cuenta: "Ayudamos a nuestros miembros a enfocarse en los que mejor hacen, ocupándonos de todo lo demás. Ya no necesitan preocuparse por el *management* de las facilidades, la limpieza y la logística de la oficina". Unas 200 compañías y *startups* ya han confiado en el espacio, con unos 800 miembros que son parte de la comunidad.

WeWork, fundado en Nueva York en 2010, tiene unos 90.000 miembros en el mundo, desde emprendedores, *freelancers* y artistas hasta *startups* y divisiones de grandes corporaciones. Está en 19 ciudades de Estados Unidos y otras 16 de Europa, América Latina y Asia.

Los más famosos

Barcelona

Makers of Barcelona



Una combinación de espacio de trabajo, lugar de eventos y escuela, lo atractivo es la actitud de sus miembros y su evolución como comunidad. Tienen un plan de membresía para cada persona. www.mob-barcelona.com

Madrid

utopic_US

Además de espacios de trabajo para independientes y empresas, aloja varias escuelas –de diseño, humanidades, fotografía, programación o música–, una galería de arte y un bar gastronómico. www.utopicus.es

Montevideo

Sinergia Cowork

Reúne compañías jóvenes y sustentables con sólidos modelos de negocios. www.sinergiacowork.com

Nueva York

Wework

Fundado en Nueva York, donde tiene 36 espacios, también está presente en 16 centros de cuatro países. También ofrece eventos informativos para aumentar las habilidades de sus miembros.

www.wework.com

Ciudad de México

Urban Station



Es la primera red a nivel mundial para los trabajadores móviles, tiene además locales en Argentina, Chile, Colombia y Egipto.

www.urbanmexico.enjoyurbanstation.com



HIT Cowork en Buenos Aires, Argentina.

En este *hub* ecléctico de industrias de finanzas, tecnología, entretenimiento, educación y otras, los *coworkers* aprovechan el espíritu colaborativo de la red. Nate Howell, de WeWork Nueva York, relata la historia de Brillnt, una agencia de servicios creativos de Washington DC: "Se formó con dos miembros de Wework, que eran CEO de diferentes compañías y empezaron a hablar en el área común de Wonderbread. Pronto se dieron cuenta de que sus respectivos negocios podían beneficiarse mutuamente. ¡Así que se fusionaron!"

Las *startups* ahorran en alquiler y servicios, ganan flexibilidad para expandir sus equipos, el acceso a una comunidad diversa, eventos y conocimiento, además de las oportunidades de *networking* de un entorno de trabajo colaborativo.

Ya no se trata simplemente de alquilar un escritorio por horas –tal como lo había pensado Mark Dixon, fundador de Regus–, sino de ver el lugar de trabajo como oportunidad de conectarse con otros, intercambiar ideas y crecer.

Las grandes empresas descubren el *coworking*

Sentado en un escritorio enfrente del mío en el segundo piso de HIT, Matías Estrin, director de *marketing*, me cuenta: "Muchas empresas grandes están migrando parte de sus trabajadores a centros de *coworking* porque quieren dejar de gestionar edificios".

Para él, migrar a un espacio así no es un tema económico, sino de foco: "Se olvidan de habilitaciones, convenios, sillas rotas, plomeros –dice–. Pagan por puesto y tienen una única factura que pagar".

Las grandes empresas ven los centros de *coworking* como un camino que les hace más fácil crecer y gestionar. "Les damos una solución llave en mano para instalarse, algo que implica mucho más que dinero: energía, contactos, recursos, tiempo, conocimiento", dice Matías.

De los centros que hoy tiene HIT en Buenos Aires –en Belgrano, Palermo Soho y un tercero en el centro de la ciudad, con el proyecto de tres más este año–, uno tiene el 50% de sus 1.500 metros cuadrados ocupados por el centro legal de una consultora multinacional que se encuentra entre las cinco primeras a nivel global. Sus 130 empleados serán 180 en unos meses y HIT les provee un espacio ajustado a sus necesidades, con la posibilidad de participar de los eventos que organiza el espacio: *after office*, talleres y charlas con el resto de los *coworkers*.

Mientras cierro el artículo, alguien del *staff* de HIT llega al piso y nos avisa, a los que trabajamos en el espacio común y las oficinas alrededor, que a las siete habrá un *after* en la terraza. El viernes se termina frente al ascensor, con los miembros de HIT esperando para subir y tomar unas cervezas con la vista abierta del último piso. ●

Apps

Ya sea con la ayuda de redes sociales o ejercicios de gramática y pronunciación, estas aplicaciones prometen asistir en el aprendizaje de idiomas para aprovechar al máximo la potencialidad del *smartphone* y las comunidades *online* alrededor del mundo.



1 Babel

Con lecciones centradas en temas y diálogos de la vida cotidiana, permite usar una gran variedad de vocabulario y frases útiles para el día a día. Cuenta con cursos interactivos para 14 idiomas diferentes, con material didáctico personalizado para principiantes y avanzados. Permite practicar la pronunciación con un sistema de reconocimiento de voz integrado.

Desarrollador: Lesson Nine GmbH | **Tamaño:** 85.7 MB | **Gratis**

2 Duolingo

Además de inglés, francés, alemán, italiano y portugués, permite aprender catalán, esperanto y guaraní. Se avanza al completar unidades, se pierden vidas por las respuestas incorrectas, se ganan puntos por competir contra el reloj y se sube de nivel como en un juego.

Desarrollador: Duolingo | **Tamaño:** 69.3 MB | **Gratis**

3 Busuu

Permite aprender idiomas de forma divertida, con ejercicios en español, inglés, alemán, francés, italiano y otros seis idiomas basados en Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. Millones de hablantes nativos ayudan a mejorar y sus unidades se organizan en cursos personalizados con un modo opcional sin conexión.

Desarrollador: Busuu Limited | **Tamaño:** 122 MB | **Gratis**

4 Voxy

Los estudiantes aprenden inglés en contextos relevantes con videos y audios de situaciones de la vida real. Permite prepararse para exámenes como el TOEFL y cuenta con tutores nativos disponibles para sesiones individuales.

Desarrollador: Voxy, Inc. | **Tamaño:** 23.7 MB | **Gratis**

5 Wlingua

Ofrece 600 lecciones de inglés desde el nivel A1 hasta el B2. Con un proceso de aprendizaje sencillo y guiado, incluye locuciones en inglés británico y americano. Se pueden hacer ejercicios de vocabulario y frases, además de lecturas para mejorar la oralidad.

Desarrollador: Wlingua | **Tamaño:** 6.2 MB | **Gratis**

6 Beelingo

Está centrada en la enseñanza del inglés y ofrece diccionarios, repases de gramática y juegos educativos. Sus más de 2.600 audiolibros pueden ser descargados a través de la *app* y leídos luego sin conexión a Internet. El catálogo incluye novelas, biografías, historia, cuentos cortos, poesía y ciencia ficción.

Desarrollador: Jordi Josa | **Tamaño:** 123 MB | **Gratis**

7 Memrise

Propone al estudiante entrenar sus habilidades en un universo ficcional y con la colaboración de la comunidad de usuarios. Tiene entrenamientos concretos para exámenes como el TOEFL o TESOL.

Desarrollador: Memrise | **Tamaño:** 81.0 MB | **Gratis**

8 Italki

Se trata de una plataforma que pone en contacto a sus dos millones de estudiantes y docentes en todo el mundo para combinar lecciones uno a uno en cualquier momento y lugar. Hay una diversidad de hasta 75 lenguas para aprender.

Desarrollador: italki HK Limited | **Tamaño:** 46.4 MB | **Gratis**

9 HiNative

Es una plataforma global para preguntar a hablantes nativos sobre sus idiomas y culturas.

Contiene audios para chequear la pronunciación y los diferentes acentos, permite subir fotos con signos, menús y etiquetas, pedir *tips* y más. Con unas 110 lenguas, hace que el aprendizaje sea social e interactivo.

Desarrollador: Lang-8, Inc | **Tamaño:** 120 MB | **Gratis**

10 Tandem

Ayuda a encontrar hablantes nativos para practicar más de 120 idiomas. Promete inmersión total sin moverse de casa, ya que conecta a los estudiantes con tutores que están disponibles por *chat* o video en los horarios pautados.

Desarrollador: Tripod Technology | **Tamaño:** 131 MB | **Gratis**

Maní, fusión brasileña y simplicidad



Con ingredientes típicos de Brasil y una fuerte impronta catalana, el restaurante mantiene su esencia y busca desafíos tras recibir varios premios a nivel internacional.

Por Lucía Marroquín

Maní está en el barrio Jardim Paulistano, corazón verde de la gris São Paulo, Brasil. Sin embargo, el sueño de este restaurante – octavo mejor de América Latina según la Diners Club World's 50 Best Restaurants Academy – nació en España. Sus artífices, el catalán Daniel Redondo y la brasileña Helena Rizzo, se conocieron en El Celler de Can Roca, célebre restaurante de Joan Roca en Girona.

En 2006 abrieron Maní en São Paulo, con un ambiente contemporáneo y simple. Con 10 años de historia y conducido por el mismo equipo, el lugar es hoy un éxito internacional con valores como la estacionalidad y el respeto al pequeño productor. Ingredientes locales fusionados con la cocina internacional giran alrededor del patio y su gran árbol.

"Estamos muy influenciados por la cocina tradicional brasileña – cuenta Redondo–. Trabajamos básicamente con productos brasileños y siempre estamos atrás de nuevos ingredientes. Pero traemos también una gran herencia de Cataluña, especialmente en las técnicas de cocina".

Los platos de Maní reflejan ese espíritu: la sopa fría de jabuticaba –fruta nativa brasileña de sabor agri dulce– y la moqueca de lagostinos –cocido típico de la región de Bahía– conviven con la fideuá de calamares –plato tradicional español con fideos y mariscos.

Según Redondo, la magia del restaurante es que todos sus ingredientes están en la misma



Helena Rizzo y Daniel Redondo en el patio del restaurante.



La típica feijoada brasileña, versionada por Maní.



Salón del restaurante, en el que impera la simplicidad.



Cuarteto de bombones.

intonía: "Helena y yo nos entendemos muy bien en la cocina, nos gusta la misma línea de trabajo y nos complementamos a la hora de elaborar platos y trabajar. Fuera de eso, tenemos un equipo que sabe trabajar en grupo y compartir", cuenta. Luego de que Maní ingresara en la lista de los mejores restaurantes del mundo en 2013 y Rizzo

fuera premiada como mejor chef femenina en 2014 según Veuve Cliquot, el desafío fue superar las propias marcas. "Cambiar, no cambié nada –afirma Redondo–. Fue muy bueno entrar en la lista, porque hizo que fuéramos mundialmente conocidos. Pero en el día a día mantenemos nuestra esencia, tratando de mejorar siempre y nunca perder el foco".

Con ese espíritu, Maní abrió otros espacios: una galería de arte contemporánea en el corredor, una *padoca* –donde se sirven desayunos– y la última novedad: lab.maní. Es un programa de entrenamiento y no es necesario tener formación gastronómica para participar. "Las siete personas seleccionadas entre los más de 300 inscriptos –cuenta Redondo– aprenden el día a día de la cocina de Maní, pasando por todos los puestos, desde la cocina hasta donde los platos son finalizados". La intención, dice, es traer al restaurante personas con otras formaciones, con vivencias diferentes. ■

📍 Joaquim Antunes, 210 Jardim Paulistano, São Paulo ☎ +55 11 3085 4148
🌐 manimanioca.com.br

Ceviche de caju

Para 10 personas

1 Ralladura de de caju

Ingredientes:

- 1,150kg de caju fresco y sin la castaña
 - 25g de dextrosa
 - 25g de azúcar
 - 2 hojas de gelatina sin sabor
- Pasar los cajúos por la centrífuga y dejar reposar por aproximadamente 12 horas en la heladera. Remover el exceso de espuma y pulpa de la superficie y colar con dos piezas de tela superpuestas. Tomar 500g de agua de caju y llevar 1/5 al fuego con la dextrosa y el azúcar hasta que se caliente. Fuera del fuego, agregar la gelatina hidratada previamente con agua y hielo y revolver hasta que se derrita. Guardar en una vasija profunda y tapada y llevar al freezer para congelar. En el momento de servir, raspar con un tenedor, formando la ralladura.

2 Leche de castaña de caju

Ingredientes:

- 400g de castaña de caju, tostadas y sin sal
 - 400g de agua
- Batir en la licuadora la castaña con el agua. Pasar la mezcla por la centrífuga y colar con tela. Guardar en un recipiente cerrado en la heladera.

3 Montaje

Ingredientes:

- 6 cajúos pelados en cubos medianos
- sal
- 2 limas exprimidas
- 1/2 cebolla morada, en juliana fina
- 1 ají picante picado
- 5g de hojas de cilantro finamente picadas
- brotes de cilantro
- flor de sal

En un bowl, condimentar el caju con la sal, el jugo de lima, la cebolla, la pimienta y el cilantro. Mezclar bien y agregar la leche de castañas. En un plato hondo, poner el ceviche de caju y, por encima, la ralladura. Finalizar con los brotes de cilantro y la flor de sal.



Ceviche de cajú.

Bizcocho de polvilho (fécula de mandioca)

Para 6 personas

1 Ingredientes:

- 200g de agua
- 200g de aceite
- 500g de fécula de mandioca
- 10g de sal
- 20g de azúcar
- 1 huevo
- 125ml de leche
- sal gruesa

Calentar el horno a 165°C.

En una cacerola, colocar el agua y el aceite. Llevar al fuego para calentar.

En un bowl, mezclar la fécula de mandioca con la sal y el azúcar. Unir los ingredientes secos con la mezcla de agua y aceite caliente. Agregar el huevo y la leche de a poco y mezclar hasta obtener el punto. La masa debe quedar homogénea, lisa y suficientemente firme para ser manipulada con una espátula sin que se pegue. Sobre una placa de silicona, esparcir una capa fina de masa usando la espátula. Espolvorear un poco de sal gruesa y asar por 18 minutos o hasta que quede crocante.



Bizcocho de polvilho.



Bell & Ross

RENAULT SPORT
FORMULA ONE TEAM

OFFICIAL PARTNER

BR-X1 **RS17** CHRONOGRAPH

The perfect combination of Bell & Ross' expertise in the worlds of extreme watches and haute horlogerie, the BR-X1 RS17 is an instrument with an innovative design created for racing drivers, and produced as a limited edition of 250 pieces. The carbone case is protected by a bumper made from high-tech ceramic and rubber, forming a protective shield. The easy to read openworked dial sports colours taken from the RS17 steering wheel. The skeleton chronograph movement is an exceptional mechanism, combining haute horlogerie finishes with extreme lightness · Bell & Ross Inc. +1.888.307.7887 · e-boutique: www.bellross.com



Bell & Ross

TIME INSTRUMENTS

Escocia, por los caminos del whisky



Entre castillos y profundos lagos, las destilerías ofrecen visitas guiadas y degustaciones para explorar la bebida nacional.

por Lucía Marroquín

El whisky es una de las grandes atracciones de Escocia, no solo por el encanto de beberlo en un típico *pub* local, sino porque en gran parte del centenar de destilerías del país hay visitas guiadas y degustaciones.

Cada una de las cinco regiones productoras —Highland, Speyside, Lowland, Islay y Campbeltown— guarda su secreto y produce sabores diferenciados, dulces y afrutados o suaves y herbosos.

Hay quienes dicen que existe el whisky ideal para cada persona, que solo es cuestión de encontrarlo. Cada año, un millón de viajeros llegan a Escocia para ver dónde ocurre la magia y buscar su *single malt* o *blend* perfecto.

Ornella y Ezequiel, de Buenos Aires, Argentina, visitaron la *Scotch Whisky Experience*, en la Royal Mile de Edimburgo. El recorrido histórico muestra los ingredientes y sabores de cada región. "Después llegamos a una habitación con la colección de whiskies más grande del mundo —cuenta Ornella—. En el restaurante hay una vista espectacular de Edimburgo y en el *gift shop* compramos salsa de whisky y sales especiadas con whisky".

En Speyside hay una ruta bien organizada de siete prestigiosas destilerías que se visitan en tres días. Allí están, por ejemplo, las de The Glenlivet, Glenfiddich y la histórica Dallas Dhu, inactiva desde 1983. Todas siguen el curso del río Spey, rodeado de pueblos y paisajes típicos.

"Uno de cada cinco visitantes al país va a una destilería y más aún a un bar o *pub* para degustar la bebida nacional —dice Malcolm Roughead, director de Visit Scotland—. Es una de las *commodities* más



valiosas de Escocia". Es que esta industria representa un 80% de sus exportaciones de comida y bebida. Francia y Estados Unidos son los principales compradores y crecen mercados como Brasil, India, México y Emiratos Árabes Unidos. China aumentó tanto su consumo de whiskies añejos, que ya escasean en las destilerías. Marcas como The Macallan, Highland Park y Oban lanzaron botellas que no mencionan la edad del whisky. ●

1. Destilería Strathisla, donde se fabrica Chivas Regal. | 2. Camino hacia el Malt Whisky Trail. | 3. Copas con whisky en la destilería Strathisla. | 4. Alambiques en The Famous Grouse Experience, en la destilería Glenturret. | 5. Elementos para fabricar whisky en la destilería Cardhu, donde se hace Johnnie Walker. | 6. Destilería de Oban y torre McCaig's, en Highlands. | 7. Festival de música y whisky en la destilería de Ardbeg, en Islay. | 8. Bar tradicional Hutchesons, en Glasgow. | 9. Barra del bar Quaich, en Craigellachie, Speyside. | 10. Barman sirviendo whisky en la destilería Glenfiddich.

FOTOS: GENTILEZZA VISITSCOTLAND.COM, 1, 2 Y 3 PTOMKINS/VISITSCOTLAND



6

Las más visitadas

Alternativas en diferentes regiones para una inmersión completa en el mundo del whisky.

The Scotch Whisky Experience

Un paseo de una hora que termina en la colección de whisky más grande del mundo. Ofrece diferentes tipos de tours, una experiencia culinaria y una *master class*.

354 Castlehill, The Royal Mile, Edimburgo, EH1 2NE
www.scotchwhiskyexperience.co.uk

The Famous Grouse Experience

En la destilería Glenturret tiene lugar esta premiada atracción, que ofrece ver la producción, degustar unos cinco whiskies y aprender a crear un *blend* propio para llevar a casa.

The Hosh, Crieff, PH7 4HA
www.experience.thefamousgrouse.com

Destilería Glenfiddich

La visita a la destilería incluye las bodegas, donde pueden verse las barricas de maduración, y una degustación los famosos Glenfiddich 12, 15, 18 y 21 años.

Dufftown, Banffshire, AB55 4DH | www.glenfiddich.com

Destilería Glengoyne

Ofrece diferentes tours, entre ellos una degustación de whisky y chocolate, combinando los Glengoyne 15 y 21 años con sus maridajes perfectos.

Dumgoyne, Glasgow, G63 9LB | www.glengoyne.com

Destilería The Macallan

Se forman grupos de 10 personas como máximo, para una experiencia lujosa y personal. Después del recorrido se degustan cuatro whiskies.

Easter Elchies, Craigellachien AB38 9RX
www.themacallan.com

Una experiencia diferente: golf & whisky

Speyside Golf Experience ofrece la oportunidad de combinar los dos clásicos escoceses en un solo lugar: cinco campos de golf cerca de las orillas del río Spey. El Scotland's Golf Whisky Trail, que se puede visitar desde allí, incluye la destilería Benromach, en las afueras de un antiguo mercado y la familiar Gordon & MacPhail, activa desde hace 118 años, entre otras atracciones.

Los paquetes, de tres o cinco días, incluyen alojamiento y acceso a los campos de golf.

www.speysidegolfexperience.com



7



8



9



10

Inditex

 La empresa textil más grande del mundo.

1 La empresa fue fundada en 1963 por Amancio Ortega Gaona y la primera tienda de Zara abrió en 1975 en La Coruña, España.

2 Su presidente, Pablo Isla, fue clasificado en 2015 como tercero entre los CEO con mejor desempeño del mundo según la revista *Harvard Business Review* y en 2016 entró en el puesto 26 en la lista de los 50 mejores empresarios del mundo según *Fortune*.

3 Comenzó a cotizar en bolsa en mayo de 2001 y despertó gran interés en los inversores de todo el mundo, con una demanda de acciones superior en más de 26 veces al volumen de la oferta.

4 El grupo tiene 7.240 tiendas en 93 mercados alrededor del mundo y 41 mercados *online*.

5 Posee varios conceptos de moda con el mismo enfoque comercial y de gestión: Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe.



1



2



3



4



5



6

6 Los modelos de cada campaña –más de 50.000 el año pasado– son desarrollados por más de 600 diseñadores que se inspiran en las tendencias y la información que se recibe de las tiendas.

7 Toda la producción se recibe en los centros logísticos de cada una de las cadenas, desde los que se distribuye simultáneamente a todas las tiendas del mundo dos veces por semana.

8 Reúne también a sociedades vinculadas con las diferentes actividades del negocio del diseño, la fabricación y la distribución textil, en un modelo de negocio con una estructura flexible y un elevado grado de integración de las fases del proceso.

9 Las ventas del grupo se incrementaron un 11% en los nueve primeros meses del ejercicio 2016 y alcanzaron los 16.403 millones de euros. El beneficio neto fue de 2.205 millones de euros, 9% más que el año anterior. En enero de 2016 el grupo tenía 152.854 empleados.

1. Sede central del grupo en Arteixo, España.
2. Tienda de Zara en París, Francia.
3. Tienda de Massimo Dutti en París, Francia.
4. El equipo de creación en pleno proceso de diseño.
5. Prendas colgadas en el centro logístico.
6. Tienda de Bershka en Colonia, Alemania.

FOTOS: GENTILEZA WWW.INDITEX.COM.

MARCO

TRADE **news**



Un medio que lo acerca al comercio internacional iberoamericano y su potencial hacia el mundo.

WWW.MARCOTRADE.NEWS

10 razones para visitar Ámsterdam

 Catar cerveza en un molino, hacer un crucero por sus canales o visitar la primera bolsa de valores del mundo son algunas de las opciones que ofrece la ciudad tanto en invierno como en verano, desde terrazas y festivales hasta grandes museos de arte, cine o historia.



1 Festivales. Desde el tradicional Koninginnendag (Día de la Reina) hasta el multitudinario Gay Pride en el Canal Parade, más de 300 festivales tienen lugar cada año en la ciudad y sus alrededores. Hay eventos musicales, gastronómicos y culturales.



1

2 Museumplein. La Plaza de los Museos es un espacio que contiene al Rijksmuseum, museo de arte e historia más grande de Ámsterdam, el van Gogh y el Museo Nacional de Arte Moderno. Afuera, se puede disfrutar de exposiciones al aire libre, mercados y un gran estanque. En invierno, la plaza se transforma en una pista de hielo.



2

3 Mercados callejeros. Todos los días de la semana se encuentran mercados de antigüedades, comida, moda y productos de granja, muchos con eventos musicales. El Albert Cuyp Markt en De Pijp es el más grande.

5 Terrazas. En la ciudad hay cientos de terrazas para comer y beber al aire libre. Una de ellas, Edel, está en het Sieraad, un icónico monumento de la ciudad. También se puede disfrutar de las vistas de 360 grados de Floor17, en el Ramada Hotel, o el moderno Blauwe Teehuis en el centro del famoso Vondelpark.



3

4 Hacer un crucero por los canales. Construido en el siglo XVII, el cinturón de los canales de Ámsterdam es la típica postal de la ciudad. Recorrerlos en barco permite disfrutar de vistas excelentes. Hay recorridos turísticos hop-on-hop-off y cruceros nocturnos a la luz de las velas.

6 Barrios de Jordaan y De Pijp. Jordaan fue un barrio de clase trabajadora y hoy es una de las áreas más codiciadas de la ciudad: sus calles estrechas y pintorescos edificios están llenos de galerías de arte, antigüeda-



4



5

FOTOS: GENTILEZA WWW.AMSTERDAM.COM, 1 Y 3. EDWIN VAN ELS, 2. PHILIPP BENEDIKT, 5. MERIJN ROUBROEKX.



6



7



9



8



10

des, jardines, bares y restaurantes. De Pijp es un barrio bohemio lleno de tiendas estrafalarias, cafeterías y centros de arte.

7 La primera bolsa de valores del mundo. El Palacio Beurs van Berlage es uno de los edificios históricos más importantes de la ciudad, que fue sede de la Bolsa de valores de Ámsterdam, considerada como la más antigua del mundo. Previa reserva, se puede hacer una visita guiada que culmina en el campanario, con magníficas vistas de la ciudad.

8 Museo EYE. Este impresionante edificio se ha convertido en uno de los puntos de referencia de la ciudad. Aloja un espacio de exposición permanente, una gran biblioteca de cinematografía, un cine y un bar restaurante con una terraza que da al río. Desde la Torre A'DAM se ve toda la ciudad y sus alrededores.

9 Catar cervezas en un molino. Gooyer es uno de los ocho molinos de viento que quedan en la ciudad. Situado en el barrio de Oostelijke Eilanden (Islas Orientales), es donde se encuentra Brouwerij 't IJ, una pequeña fábrica de cerveza artesanal con una gran terraza al aire libre. Puede hacerse una visita guiada y una cata.

10 Centro para las artes De Hallen. Situado en un antiguo edificio industrial, cuenta con un cine, varias tiendas y un hotel *boutique*. En el Food Hallen hay puestos de comida callejeros alrededor de un bar central. Cada dos fines de semana se instala un mercado local en el pasaje central del edificio.

Agenda cultural

San Petersburgo /

hasta el 20 de abril, 2017

Dinner-Service Storerooms

La exposición está dedicada a la tradición y el arte de la porcelana rusa entre los siglos XVIII y XX. Permite rastrear la historia de la creación y utilización de servicios de mesa, evolución estilística, decoración y avances tecnológicos de la producción de las piezas, además de los métodos de colocación de la mesa en la corte imperial.

The State Hermitage Museum | Palace Square 2 | Mar., jue., sáb. y dom. de 10.30 a 18, mié. y vie. de 10.30 a 21 | www.hermitagemuseum.org



1

2

3

4

5

Estocolmo / hasta el 31 de mayo y 1 de septiembre - 30 de diciembre, 2017

El Vasa: único barco del siglo XVII que sobrevivió al paso del tiempo

El Vasa es el único barco del siglo XVII que se conserva con más del 98% de su estructura original y cientos de esculturas talladas. Construido por orden de Gustavo Adolfo II, fue concebido como el mayor de la flota sueca, con 64 cañones y un peso de 1.200 toneladas. Fue reflojado en 1961 junto a 14.000 objetos de madera, entre los que se incluyen 700 esculturas.

Museo Vasa | Galärvarvsvägen 14 | Jue. a lun. de 10 a 17, mié. de 10 a 20 | www.vasamuseet.se



Viena / 3 de marzo - 25 de junio, 2017

The Vulgar

La curiosa muestra reúne más de 100 ejemplos de cinco siglos diferentes, desde el Renacimiento al siglo XXI, que reflejan a través de prendas, manuscritos, fotografías y filmes el carácter más vulnerable del buen gusto. Tiene aportes de diseñadores y firmas como Chloé, Dior, Christian Lacroix, Lanvin, Moschino, Prada y Louis Vuitton, entre otros.

Winterpalais | Himmelfortgasse 4-8 | Lun. a vie. de 9 a 17 | www.belvedere.at



The Vulgar : Fashion Redefined. Dior by John Galliano Haute Couture autumn-winter 1998 - 1999 © Guy Marneau



Mineapolis /

5 de marzo - 28 de mayo, 2017

Guillermo del Toro: At home with Monsters

Más de 500 piezas entre las prestadas por el cineasta mexicano Guillermo del Toro (1964), utilizará de sus películas y otros objetos relacionados con su proceso creativo se exhiben en una particular muestra itinerante. Guillermo del Toro, caracterizado por una imaginación terrorífica, es autor de *Cronos* (1993), *El laberinto del fauno* (2007) y *La cumbre escarlata* (2015).

Minneapolis Institute of Art | 2400 Third Avenue South | Lun., mar., mié. y sáb. de 10 a 17; jue. y vie. de 10 a 21 y dom. de 11 a 17 | www.new.artsmia.org

Barcelona /

17 de marzo - 25 de junio, 2017

Picasso. Retratos

Más de 80 obras de colecciones públicas y privadas revelan la diversidad de estilos y técnicas de Pablo Picasso (1881-1973) en el retrato. Los sujetos del artista malagueño eran casi siempre sus amigos y familiares, por lo que se podrán ver representaciones de Guillaume Apollinaire, Jean Cocteau, Nusch Éluard, Erik Satie e Igor Stravinski, entre otros.

Museu Picasso | C/ Montcada 15-23 | Mar. a dom. de 9 a 19, jue. de 9 a 21.30, lun. cerrado | www.museupicasso.bcn.cat/es



Mujer con sombrero (Olgai) 1935 © Centre Pompidou, MNAM-CCI, Diet. RMN-Grand Palais/ Derechos reservados © Sucesión Pablo Picasso, VEGAP, Madrid 2017. Museu Picasso, departamento de Prensa y Comunicación.

Londres / 24 de marzo - 2 de abril, 2017

BMW Tate Live Exhibition: Diez días, seis noches

Con un nuevo concepto expositivo que busca recrear una experiencia artística, combinando la instalación, el *performance*, el cine, el video, el audio y las mesas de diálogo, un grupo de artistas invitados serán anfitriones de otros artistas y espectadores. Wu Tsang, Fred Moten, Fujiko Nakaya, Isabel Lewis, Carlos Casas, Ian Cheng y Lorenzo Senni serán algunos de los presentes.

Tate Modern: The Tanks | Bankside, SE1 9TG | Vie. a sáb. de 10 a 22 | www.tate.org.uk



CAMP Four-letter film 2015 © the artists



Reus / 24 de marzo - 22 de abril, 2017

Ecos de japonismo. Literatura artística y grabados japoneses

Un conjunto de 29 libros y 140 revistas publicadas a principios del siglo XX dan cuenta de la calidad gráfica y maestría de los editores japoneses. La exposición pone énfasis en el proceso de grabado a través de los compendios ilustrados de literatura artística del país. Además, habrá talleres, conferencias y películas.

Centro de Lectura de Reus | Carrer Major, 15 | Lun. a vie. de 10 a 14 y de 16 a 22, sáb. de 10 a 14 y de 17 a 21 | www.centrolectura.cat/cdlweb

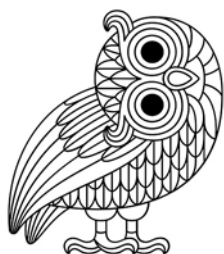
6

7

8

9

10



Atenas / 8 de abril - 16 de julio, 2017

Documenta 14: Aprender de Atenas

La Documenta, con 130 artistas invitados, comparte por primera vez su espacio artístico: la ciudad de Atenas y Kassel (en junio) serán, en un plano de igualdad, sedes de la tradicional muestra de arte. Según su director artístico, el polaco Adam Szymczyk, el propósito es "reflejar la situación actual en Europa y poner en relieve las tensiones entre el norte y el sur".

Sedes a confirmar | todos los días de 11 a 21 | www.documenta14.de



São Paulo / 20 - 21 de mayo, 2017

Virada cultural

Desde la danza y el cine hasta las artes plásticas y el teatro, todas las disciplinas tienen su escenario en la Virada cultural, una celebración de 24 horas consecutivas. Con la música como eje, más de 2.000 artistas actúan día y noche. Una gran oportunidad para ponerse en sintonía con la producción artística local, siempre atenta a la tendencia internacional.

Diferentes sitios de la ciudad | www.viradacultural.prefeitura.sp.gov.br



Manchester / 29 de junio - 16 de julio, 2017

Manchester International Festival (MIF)

Con la presentación de los nuevos trabajos de las artes escénicas, visuales y de la cultura popular, el MIF ha servido de escenario para artistas tan diversos como Björk, Steve McQueen, Robert Wilson o Marina Abramovic, entre muchos otros. Además, los organizadores trabajan ampliamente para conectar las iniciativas creativas y de innovación privadas con fondos de inversión.

Diferentes sitios de la ciudad | www.mif.co.uk



Torres del Paine desde Lago Grey.

Saint-Exupéry desde la geografía



“La tierra nos enseña más sobre nosotros mismos que todos los libros”, anotó Antoine de Saint-Exupéry en *Tierra de hombres*, uno de sus *best sellers*, en el que plasma algunas de sus legendarias misiones y vuelos en la Patagonia argentina. Hoy, todas las ciudades por las que transitó evocan su figura.

por Laura Raquel Martínez

“Debí elegir otro oficio y aprendí a pilotear aviones”, cuenta Antoine de Saint-Exupéry (Lyon, 1900 - Mar Mediterráneo, 1944) en *El Principito* (1943), uno de los mayores fenómenos editoriales del siglo XX. Quizá aquel otro primer oficio haya sido la escritura, que lo unió para siempre a todos los hombres. Esa esperanza tendría quizás también Pierre-Georges Latécoère (1883-1943) cuando, en 1918, creó las Lignes Aériennes Latécoère.

La firma aérea encontró en la Compagnie Générale Aéropostale —con el impulso de Marcel Bouilloux-Lafont e intrépidos

pilotos como los franceses Jean Mermoz, Antoine de Saint-Exupéry y Henri Guillaumet o los argentinos Próspero Palazzo y Rufino Luro Cambaceres—, una **ruta entre Europa y América del Sur**.

El período de entreguerras marcó el inicio de importantes cambios en la aviación comercial, con la distribución del correo postal y la puesta en marcha de las primeras líneas aéreas de pasajeros.

A través de la red que formaban las aeropostas de Brasil, Uruguay y Argentina, **el tramo a la Patagonia tuvo la singular participación de Saint-Exupéry**, quien ocupó el puesto de director de tráfico en la Aeroposta Argentina.

Entre 1929 y 1931, el entrañable **Saint-Ex** —como le llamaban sus camaradas—, se dedicó a abrir la ruta de la Patagonia, conoció a quien sería su mujer y escribió otro de sus aclamados libros, *Vuelo nocturno*

(1930), que luego inspiraría el film *Las alas del coraje* (1995).

Por ese entonces, el territorio patagónico no tenía una sólida infraestructura de caminos ni vías férreas y su mayor vínculo con el resto del país y el mundo era a través de los puertos.

Según la Agencia Periodística Patagónica (APP), las primeras aeronaves utilizadas en la apertura de la ruta fueron: el monoplano Laté 25 —cuyo único modelo en el mundo se encuentra en el Museo Nacional de Aeronáutica Morón, en Buenos Aires— y el Laté 26, ambos con motores Renault de 450 HP y capacidad para cuatro pasajeros.

Con lo cual, asegura la APP, **en los primeros años de servicio solo hacia Patagonia, la Aeroposta Argentina movilizó 904 pasajeros, 4.672 kilos de correspondencia y 6.586 paquetes**. Recién en 1931 entraron en servicio los Laté 28, con motores Hispano Suiza de 500 HP, que podían transportar hasta ocho pasajeros.

Muchos de estos vuelos eran de 18 horas de duración y se efectuaban en horario nocturno, lo cual se estima fue de gran inspiración para las novelas de Saint-Ex. El punto de partida para la travesía hacia Patagonia fue la ciudad de Bahía Blanca con destino a Comodoro Rivadavia, en Chubut.

Los pilotos, en principio, hacían escala en San Antonio Oeste, provincia de Río Negro, y Trelew, en Chubut. En 1930, el servicio se prolongó hasta Río Gallegos,

“Quizá la grandeza de un oficio consista, más que nada, en unir a los hombres. Solo existe un lujo verdadero, y es el de las relaciones humanas”,
Saint-Exupéry.



Cueva de las manos.



Boque petrificado Sarmiento.



Valle Margen Sur, zona Los Gigantes.

en Santa Cruz, con escalas en Puerto Deseado, San Julián y Santa Cruz, y en 1933 llegó a Tierra del Fuego.

Mirada rasante

Si bien la Aeroposta Argentina tuvo destacados pilotos, **Saint-Exupéry trascendió por su capacidad de reflejar a través de la palabra aquellos fabulosos viajes que inauguraron la ruta patagónica.**

“Tengo siempre presentes las imágenes de mi primera noche de vuelo en Argentina, una noche sombría, en la que titilaban solas, como estrellas, las escasas luces esparcidas en la llanura”, expresó en *Tierra de hombres* (1939).

Saint-Ex escribía artículos para la prensa, cartas a sus familiares y amigos. Su

escritura estaba ligada a su particular manera de experimentar el mundo, atravesada por la perspectiva aérea.

Los paisajes del sur los redibuja en pequeñas postales: “Volví a ver con toda nitidez los grandes espacios libres del sur”, “bajo el avión amenazado nacería la costa de las llanuras”, “el viento imprimía allí huellas gigantes, como en otoño en las cosechas” o “se alzan montañas en forma de roda, aguzadas, dentadas, despojadas de su carne hasta el hueso”.

Tanto en *Vuelo nocturno* como en *Tierra de hombres*—entre sus libros de narrativa—, como en *Cartas a su madre* (1955) o el artículo *El piloto y las potencias naturales* (1939), Saint-Ex abunda en descripciones del sur argentino.

Bajo el cielo de Buenos Aires



Estando en la ciudad de Buenos Aires, **Antoine de Saint-Exupéry se alojó en uno de los departamentos que la Galería Güemes**—en la calle Florida—, destinada al alquiler temporal. Allí, en el sexto piso de la Torre Mitre, comenzó a escribir *Vuelo nocturno*, el libro que lo consagró en el ámbito literario y que narra, justamente, un accidentado retorno en la ruta patagónica de la Aeroposta Argentina. **Hoy, por primera vez abierto al público, el departamento 605 presenta una exposición a cargo de la profesora Clara Rivero**—investigadora de Saint-Exupéry en Argentina—, que recuerda su paso por el país sudamericano. Cada habitación propone un aspecto de sus ocupaciones: del piloto y del escritor, pero siempre atravesadas por su personalidad afectiva que se evoca en cartas y anécdotas. Saint-Exupéry pasó sus ratos en Buenos Aires sin enredarse en la vida social porteña, su preferencia era volar, especialmente por los cielos de la Patagonia. No obstante, fue en la ciudad donde conoció a Consuelo Suncín, con quien se casaría. **En general, no le gustaba la ciudad, quizá sea por esa razón que eligió estar en uno de los primeros rascacielos de Buenos Aires, lo más cerca posible del firmamento.**

Visitas guiadas: Galería Güemes, Espacio Saint-Exupéry, Florida 165, piso 6 | +54 11 4331 3041 | Prof. Clara Rivero, riveroclara@hotmail.com

Allá en Toulouse



La Aeropostal fue el sueño que el empresario Pierre-George Latécoère imaginó desde Toulouse para unir los márgenes de un mundo que se encontraba “solo, sin domesticar”. En 2018, se podrá conocer, **en Toulouse, Piste des Géants, un museo dedicado a la memoria de los pioneros de las líneas Latécoère y Aeropostal.**



Ciudad de Perito Moreno.



Ushuaia.



Costa patagónica.

Hoy, los habitantes de las diferentes ciudades del sur que conectó la Aeroposta Argentina, comenzando por los Aeroclubs hasta antiguos bares y hoteles donde pasaron los pilotos, trabajan en conjunto para **poner en valor el itinerario** de la histórica ruta patagónica.

Vuelo a la Patagonia

Para Saint-Ex el avión era una herramienta. “Habitamos un planeta errante. De vez en cuando, gracias al avión, nos muestra sus orígenes”, escribió.

La aviación vuelve a vincular la geografía a través de apasionados europeos y

sudamericanos, que buscan mantener vigente el espíritu de los heroicos pilotos de la Aeroposta.

La iniciativa “Patagonia, escala y pasión por el vuelo”, impulsado por Pablo Arbeletche y Luis Oller, promueve **exposiciones permanentes en los aeroclubs de cada posta argentina**, entre otras actividades culturales.

La **Fundación Raid Latécoère**, creada en 2008 en Francia, reedita cada año una serie de **raids por las antiguas rutas de la Aeroposta**, que incluye desde 2014 a la Patagonia argentina.

Durante las escalas en la ruta patagónica,

las tripulaciones participan en diversos proyectos culturales y paseos turísticos locales, como visitas a aeroclubs, sitios históricos, exposiciones y programas educativos.

En ese sentido, la fundación francesa promueve junto a pobladores de San Antonio Oeste el **Diploma Latécoère**, que introduce a niños de hasta 17 años en el mundo de la aviación.

Las iniciativas a un lado y otro del Atlántico vuelven a confluir, como expresó Saint-Exupéry tras su partida de Argentina, en los viajes al sur, la construcción de líneas, los vientos de Comodoro, las fatigas, las inquietudes y las alegrías compartidas. ●

Aeropostas, hoy Lugares emblemáticos y turísticos

1. **BAHÍA BLANCA, Buenos Aires**
654 km de Buenos Aires
Villa Harding Green, barrio donde estuvo emplazada la Aeroposta.
Hotel Muñiz y Hotel D'Italia, lugares de reposo y dispersión para pilotos.
2. **SAN ANTONIO OESTE, Río Negro**
1043 km de Buenos Aires
Bar El Americano. Balneario Las Grutas. Salar del Bajo del Gualicho.
3. **TRELEW, Chubut**
1.387 km de Buenos Aires
Hotel Touring, alojamiento de pilotos. Puerto Madryn. Colonias galesas. Di-que Ameghino. Península de Valdés. Puerto Pirámides.
4. **COMODORO RIVADAVIA, Chubut**
1.761 km de Buenos Aires
Cerro Chenche. Playa en Rada Tilly. Bahía Bustamante.

5. **PUERTO DESEADO, Santa Cruz**
2.053 km de Buenos Aires
Bar Hotel Apolo, alojamiento de pilotos.
Excursión “Ruta de Darwin”.
6. **PUERTO SAN JULIÁN, Santa Cruz**
2.188 km de Buenos Aires
Visita a la Nao (modelo de nave magallánica) y avistaje de toninas en la ría.
7. **PUERTO SANTA CRUZ, Santa Cruz**
2.341 km de Buenos Aires
Puerto Punta Quilla (pingüinera) y Parque Nacional Monte León.
8. **RÍO GALLEGOS, Santa Cruz**
2.539 km de Buenos Aires
Faro Cabo Virgenes.
Parque Nacional Pali Aike.

PRÓXIMAS SALIDAS

Raid Patagonia 2017 25 de marzo - 9 de abril

Los participantes recorrerán la antigua ruta aerpostal patagónica: Buenos Aires, Bahía Blanca, San Antonio Oeste, Trelew, Comodoro Rivadavia y Río Gallegos. Las tripulaciones visitarán, además, Ushuaia, El Calafate, Perito Moreno y Bariloche.

Raid Patagonia 2018

El próximo año, el Raid Latécoère se prepara para celebrar el 80º aniversario de la tentativa de Antoine Saint-Exupéry y André Prévot de unir Nueva York, en Estados Unidos, con Punta Arenas, en Chile.

es.raid-latecoere.org



***E-book*: otra dimensión del mercado editorial**

El libro digital ocupa, indiscutiblemente, un lugar en el mercado editorial global. No obstante, se trata de un espacio de dimensión variable, concentrado en seis países que representan cerca del 60% de los ingresos mundiales.

Por Laura Raquel Martínez

El negocio del *e-book* o libro digital está concentrado en unos pocos mercados, un pequeño grupo de países —Estados Unidos, China, Alemania, Japón, Reino Unido y algunos otros europeos— que responden por el 60% de los ingresos globales, según el informe “Global Ebook”, de Rüdiger Wischenbart, adaptado al español por Dosdoce.com.

La edición de libros —en todos sus formatos— representa la segunda industria más importante entre las de contenido, detrás de la televisión, generando ingresos por más de 150.000 millones de dólares anuales a nivel global.

No obstante, hoy el libro se integra a la oferta de contenidos y formatos digitales. En ese sentido, la producción y consumo del *e-book* genera un nuevo ecosistema, sin mucha diferencia entre el consumo de películas, música o, por ejemplo, videojuegos.

El principal mercado de consumo de *e-books* es Estados Unidos, seguido de

China. En tanto, en América Latina se destacan Brasil, México y Argentina. Sin embargo, en el terreno de la producción el orden varía, ubicándose en primer lugar el Reino Unido, seguido por Dinamarca, Eslovenia y España.

Mercado en lengua española

Si bien España representa cerca del 60% del mercado del *e-book* en lengua española, desde 2013 fue perdiendo peso a favor de los países latinoamericanos, que constituyen el 27% del total de ventas.

El mercado del *e-book* en América Latina se encuentra en pleno ascenso, según se desprende de diferentes estudios difundidos por organismos especializados. México, el país con mayor desarrollo en el segmento, representa el 14,8% del total del mercado del *e-book* en lengua española, seguido por Argentina, con el 3,9% y Colombia con el 2,2%.

Según el Informe Anual del Libro Digital 2016 elaborado por la empresa española Librandia, referente en venta de libros electrónicos, la evolución positiva del *e-book* en México está relacionada al establecimiento de los grandes agentes internacionales,

Si bien España representa cerca del 60% del mercado del *e-book* en lengua española, desde 2013 fue perdiendo peso a favor de los países latinoamericanos.

como Amazon y Google, y la apuesta de las cadenas de librerías como Sanborns, Gandhi y Porrúa.

Por su parte, Estados Unidos supone el 12,4% del mercado del *e-book* en español. Y es, además, el país donde se registró en 2015 el mayor crecimiento del mercado en lengua española, con un incremento del 44,9% respecto al año anterior.

En 2016, asegura el informe de Librandia, el libro en lengua española registró un incremento a nivel mundial de 10% respecto al año anterior. Asimismo, en base a la encuesta que sustenta el informe, se prevé que 84% de las editoriales españolas ofrezcan *e-books* en 2017.

Además, Arantza Larrauri, directora de Librandia, destacó a RTVE: "Entre el 10% y el 30% de las unidades que se han vendido de los libros más exitosos en 2016 son ventas en formato electrónico".

Sin embargo, aún quedan dificultades que obstaculizan el mercado, como el valor que los usuarios dan al *e-book* y la falta de un formato único, lo que genera incompatibilidad entre las ediciones y los dispositivos de lectura.

La dimensión del mercado

La introducción de los modelos digitales en la industria del libro comenzó a modificar la cadena de producción: el negocio tradicional, estable por largos períodos, cambió las colecciones en bibliotecas y suscripciones, por ejemplo, por modelos de *streaming* o *pay-per-download*.

Las grandes plataformas internacionales, como Amazon, Apple, Google o Kobo, retienen el 77,2% del mercado, siendo los principales canales de venta del *e-book* en español. En general, la inversión tecnológica, los catálogos disponibles en varios idiomas y las constantes acciones promocionales, entre otros motivos, explican el gran peso en el mercado.

En ese sentido, Amazon lidera el sector, en el que las pymes españolas batieron récord de exportaciones en 2016, con más de 200 millones de euros. "Más del 50% de las miles de empresas españolas que venden en Amazon están exportando", aseguró la compañía estadounidense.

Las cadenas de librerías, como Casa del Libro, Bajalibros o Gandhi, ocupan el

En 2016, asegura el informe de Librandia, el libro en lengua española registró un incremento a nivel mundial de 10% respecto al año anterior.

segundo puesto con un 12,4%. Pero, según Librandia, el modelo de negocio que más rápido crece y mejores resultados obtiene es el de suscripción, que supuso el 2,2% del mercado en 2015, con sitios como Nubico, 24symbols, Kindle Unlimited o Scribd.

Más allá de los índices de ventas de los *e-books*, lo evidente de la transformación digital es que las pérdidas en ventas del formato impreso no hayan sido compensadas aún por las ganancias de los libros digitales. ●

¿Cuáles son las principales tendencias del mercado?

Self-publishing. Las publicaciones digitales por cuenta propia están ganando terreno. Los analistas consideran que estos nuevos actores del mercado tienen gran potencial, especialmente en los países emergentes. Solo en Estados Unidos, los autores *indie* –independientes– lograron publicar más *best-sellers* que la editorial tradicional, alcanzando un mercado de 180 millones de dólares.

Pay-per-download. Las grandes plataformas internacionales concentran más del 77% del mercado, siendo los principales canales de venta. La mayoría de las editoriales declaran que el *streaming* se integrará como una forma más de ofrecer libros.

Eugenia Bascarán

Product Manager de Leamos.com, el producto más nuevo de Bajalibros, la primera tienda de libros digitales en español de América Latina.



Marco Trade Revista: ¿Cuáles son los resultados relevantes de Leamos.com?

Eugenia Bascarán: Tenemos productos con diferentes modelos de venta de *e-books*: Bajalibros es una librería, Bidi es una biblioteca digital y Leamos es la plataforma de suscripción. En Bajalibros tenemos una base de 150.000 usuarios activos, un 80% en Argentina, un 10% en Chile y México y el resto en otros países de habla hispana. Bidi está instalada en más de 30 universidades y empresas de Argentina, Chile y México. Y Leamos tiene cerca de 15.000 suscriptores en Argentina y Paraguay, que son los países donde estamos por ahora.

MTR: ¿Cuáles son los principales inconvenientes para el crecimiento del mercado del *e-book*?

EB: La poca disponibilidad de dispositivos de lectura y la deficiente conexión 3G o 4G. Hasta hace unos años, los precios de los *e-books* también eran un problema, porque costaban casi lo mismo que el

libro en papel. Desde hace un tiempo las editoriales empezaron a pensar el formato de manera más independiente y estamos más cerca de encontrar un rango de precios adecuados, que sean rentables para la industria y aceptables para el lector.

MTR: ¿Qué caracteriza al mercado argentino de libros digitales?

EB: El mercado argentino fue uno de los primeros de la región. Sin embargo, en los últimos años, Chile y México han experimentado un crecimiento mucho mayor. Entiendo que las cuestiones de disponibilidad de dispositivos y buena conexión han sido determinantes. Además, el lector argentino tiene aún una relación romántica con el libro de papel.

MTR: ¿Qué cambios advierte en el mercado en el último año?

EB: El mercado de libros electrónicos está buscando continuamente nuevos modelos, dado que aún no hay ninguno que se haya consolidado 100%. El modelo de bibliotecas digitales (préstamo de *e-books*) es el que está experimentando mayor crecimiento en los últimos dos años. Por otra parte, está empezando a funcionar el modelo de suscripción (tarifa plana mensual). En cuestión de formatos, el audiolibro es la tendencia más fuerte que vemos para los próximos años. ■

Narrativa literaria, donde convergen los formatos

La ficción contemporánea lidera las encuestas de los géneros más vendidos, tanto en formato tradicional como digital. Aquí, una selección de los títulos más renombrados en los últimos meses y algunos esperados lanzamientos.

Mary Chamberlain

La modista de Dover Street

Ambientada en 1939, *La modista de Dover Street*, de Mary Chamberlain (Inglaterra, 1943), pone la atención en una heroína inolvidable, Ada Vaughan. Esta joven y ambiciosa costurera persigue el sueño de abrir su propia *boutique* y convertirse en una afamada modista. La incipiente Segunda Guerra Mundial trunca sus planes, cuando queda atrapada en París,

Francia, y debe hacer todo lo que esté en sus manos para sobrevivir. En medio del horror, la protagonista encuentra los medios de mantenerse con vida: pasa sus días confeccionando elegantes vestidos para las mujeres de los dirigentes de las SS. La narración, al margen de la historia de fortaleza de la joven, evidencia un contexto bélico en el que el combate no está solo en el frente, sino también en la vida cotidiana de los individuos.

Editorial: Planeta
ISBN: 978-84-08-15244-6



Álvaro Colomer

Aunque caminen por el valle de la muerte

Basada en hechos reales, *Aunque caminen por el valle de la muerte*, de Álvaro Colomer (España, 1973), construye una ficción que desnuda uno de los episodios más controvertidos de la guerra de Irak: el papel de las tropas españolas en la batalla de Najaf. La novela recrea los acontecimientos ocurridos en la base Al-Andalus el 4 de abril de 2004, cuando el



autoproclamado ejército del Mahdi asalta el cuartel español. Para revestir la narrativa de veracidad, el autor se entrevistó con varios protagonistas de los controvertidos hechos que tiñeron el enfrentamiento, que mantiene aún numerosos interrogantes sobre la responsabilidad política. No obstante, Colomer advierte que tanto en la guerra como en la literatura existen tantas verdades como puntos de vista.

Editorial: Random House
ISBN: 978-84-397321-5-0



Simon Roy

Mi vida en rojo Kubrick

Una peculiar novela autobiográfica, que ata la vida de Simon Roy (Canadá, 1988) con pasajes de *El resplandor* (1980), legendaria película de Stanley Kubrick basada en la novela homónima de Stephen King. *Mi vida en rojo Kubrick* narra cómo una lejana tragedia familiar se extiende hasta el presente, dando claves aterradoras de la vida del autor. El suicidio de la madre, la psicopatología del

padre y la misteriosa desaparición de una tía enlazan la realidad y la ficción, vinculando hechos de su propia vida con la película. El recurrente interrogante sobre las obsesiones toma forma de ensayo literario. El libro de Roy realiza una exploración sistemática de los rincones más perturbadores del *film* y la búsqueda de respuestas, desde diferentes ópticas –ocultismo, psicología, historia y cultura–, solo parece arrojar más enigmas.

Editorial: Alpha Decay
ISBN: 978-84-945113-7-0

Novedades 2017

Paul Auster

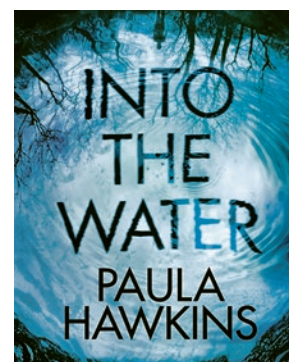
4 3 2 1

La nueva novela de Paul Auster (Estados Unidos, 1947) llegará al mercado iberoamericano en septiembre de 2017. Tras siete años sin presentar un libro, el autor estadounidense cuenta la historia de Archibald Isaac Ferguson, que es a la vez un punto de partida para narrar en primera persona los acontecimientos más emblemáticos del siglo XX en Estados Unidos. La publicación coincidirá con el aniversario de *Squeeze Play*, su primera novela, editada bajo el pseudónimo de Paul Benjamin.

Editorial: Seix Barral
ISBN: 978-1627794466

Paula Hawkins

Into the water



La autora de la exitosa novela *La chica del tren* –un fenómeno global, que lleva vendidos más de un millón de ejemplares solo en español– regresa con un nuevo *thriller* que saldrá en todo el mundo en mayo próximo. Paula Hawkins (Inglaterra, 1972) apuesta a una nueva narración de intriga. *Into the water* se adentra en la historia de un doble homicidio: una madre soltera y una adolescente son encontradas, con una semana de diferencia, en el lecho del río. Ambientada en un pequeño pueblo, la nueva novela indaga sobre los instintos humanos, el pasado y cómo esas referencias propias pueden causar desenlaces inesperados en el presente.

Editorial: Penguin - Random House
ISBN: 978-0735211209

São Paulo, diseñada para innovar



La lista de ganadores del premio iF Design 2017, uno de los más prestigiosos del mundo en el sector de diseño, cuenta con 26 proyectos brasileños en diferentes disciplinas y más de la mitad son paulistanos.

Por Laura Raquel Martínez

El jurado internacional del premio iF Design 2017, compuesto por 58 profesionales del diseño, distinguió 26 proyectos brasileños en comunicación, producto, arquitectura y conceptos profesionales, entre los que se incluye el iF Gold Awards, premio máximo del diseño mundial.

Más de la mitad de los seleccionados pertenecen a estudios de diseño radicados en São Paulo, ciudad considerada el centro del diseño más grande de América Latina y punto de convergencia de la innovación comercial en la región.

La directora ejecutiva de Centro Brasil Design (CBD), Letícia Castro, explica que São Paulo concentra la mayoría de las industrias del país y las oficinas de diseño más importantes.

Desde el CBD se coordinan dos iniciativas enfocadas a la promoción del diseño en el exterior: la Oficina de Representación de Brasil iF, que impulsa el mencionado premio internacional, y el Design Export, un programa que apunta a incorporar el diseño como motor de las exportaciones.

La participación brasileña en la premiación lleva hasta la fecha 1.500 proyectos inscriptos, con 260 premiados y ocho iF Gold Awards. Cada año, se inscriben cerca de 100 propuestas y casi el 40% de las suscripciones son premiadas.

Para Castro, el iF Design permite fomentar la competitividad del diseño y es responsable por el posicionamiento de



Brasil como centro internacional del sector, logrando incluir al país entre los 10 más premiados del mundo.

Diseño como estrategia de negocio

Actualmente, el diseño funciona como una poderosa herramienta de creación de valor diferencial, que actúa como proceso de mejora de gestión y desarrollo de producto, comunicación, servicios y sistemas, entre otros.

Un informe realizado por la Confederación Nacional de la Industria (CNI) en Brasil, asegura que el 75% de las empresas que invirtieron en diseño aumentaron sus ventas. Asimismo, destaca que de ese total, un 41% también logró reducir sus costos.

Empresas como Renault, Motorola y más recientemente Samsung abrieron en São Paulo sus centros de diseño e innovación para el mercado latinoamericano.

En ese sentido, el presidente de la Asociación Brasileña de Empresas de Diseño (Abedesign), André Poppovic, destaca que apuestan a difundir el diseño entre las industrias antes de salir al mercado, para tener mejores resultados.

Si bien la Abedesign, en colaboración de la Agencia Brasileña de Exportación (Apex), impulsa la participación de las agencias en premios internacionales, congresos y misiones empresariales, Poppovic considera que la estrategia es “crear valor para los productos” con miras a incrementar la exportación.

Design Export, el programa del CBD, coincide en la meta guiando a las empresas brasileñas “a ganar cuota del mercado internacional a través de productos de alto valor agregado”, según explica Castro.

La clave de la propuesta de Design Export —hoy con 200 empresas asociadas— está,

Tres destacados del iF Design 2017



Fiat Toro, de Fiat Chrysler Automóviles LATAM. La pickup del Centro de Diseño FCA Latam sigue sumando premios. Destinada al mercado latinoamericano, la nueva Fiat Toro se creó en Brasil y se distribuye con éxito en los países de la región.



Split, de Oppa Design. La técnica de la división del bambú se utilizó como inspiración para el diseño de una pata única: una pata de mesa fabricada con un solo tubo.



Light Creature, de Estudio Guto Requena. Patrones de luz interactivos combinan los sonidos y el aire en tiempo real para devolver un aspecto personal a la fachada del WZ Hotel Jardins.



según Castro, en “fomentar la innovación a través del diseño como parte del proceso de desarrollo de los productos”.

Delinear el mercado

Las industrias brasileñas de diseño tienen la mirada puesta en América Latina, especialmente en países como Perú, Colombia y Chile, asegura el presidente de Abedesign.

Si bien Castro concuerda, señala que en 2016 fueron China, Estados Unidos, Argentina, Holanda, Alemania y Japón los principales mercados de destino de los productos brasileños del sector.

Hoy, luego de desarrollar los mercados vecinos por algunos años, la Abedesign se concentra en América del Norte. Para Poppovic: “Los mercados desarrollados son puertas a otros mercados potenciales”. Según sus palabras, si bien se trata de un mercado muy competitivo, Estados Unidos es el más buscado por las agencias de diseño. Esto, para él, puede estar relacionado al idioma —el inglés se habla con más frecuencia que el

español en Brasil— y a la proximidad en el comportamiento del consumidor.

El directivo explica que existen tres agencias de la Abedesign establecidas en diferentes países de América del Norte y Europa, exportando el diseño nacional a todo el mundo.

Identificar el problema, innovar la solución

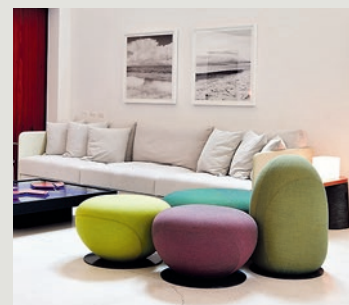
En el ámbito creativo se suele decir que identificar el problema es tener el 50% resuelto.

Según Castro, los principales inconvenientes de la industria al momento de buscar acceso al mercado internacional son la falta de información, la dificultad con el idioma y las diferencias en certificaciones.

Para Poppovic, el mayor problema para salir al mercado internacional estuvo dado, en principio, por la falta de conocimiento de las marcas de diseño brasileño.

Los premios internacionales resultaron la mejor estrategia, explica Poppovic, para alcanzar certificaciones, visibilidad y reconocimiento global de los diseñadores. ●

Bocetando oportunidades



El mayor festival urbano de diseño de América Latina se realiza cada año en la ciudad de São Paulo.

El Design Week (DW!) reúne a todos los actores de la cadena productiva de Brasil para lanzar productos, promover el debate, presentar nuevos diseñadores y relacionar a los profesionales con la industria.

Organizado por Summit Promo, con colaboración de la revista *Bamboo*, el DW! impulsa la cultura del diseño y sus conexiones con la arquitectura, el arte, la decoración, el urbanismo, la inclusión social, los negocios y la innovación tecnológica.

En la última edición se realizaron cerca de 300 eventos independientes y simultáneos en torno al diseño, en más de 10 ejes distribuidos en siete distritos de la ciudad, que involucraron tiendas, centros comerciales, museos, instituciones educativas y galerías, entre otros espacios.

9 al 13 de agosto, 2017 designweekend.com.br

Segmentación de las empresas de diseño en Brasil

686 agencias de diseño en el país

4.200 empleos en el sector

Áreas de actividad de las 686 oficinas de diseño:

Diseño gráfico y comunicación	38%
Diseño de moda	2%
Diseño de interiores	7%
Diseño de producto	16%
Diseño digital y multimedia	22%
Servicios de diseño, gestión	14%

Fabio Seixas

Socio fundador, junto a Rafael Vettori, de O Panda Criativo, una plataforma que crea, promueve y gestiona iniciativas como Festival Path, uno de los mayores encuentros de la comunidad creativa de Brasil.

Por Laura Raquel Martínez

Marco Trade revista: ¿Cuál es el secreto del rápido crecimiento de Festival Path?

Fabio Seixas: Es una suma de factores. Principalmente, el trabajo sobre nuestros propios deseos. Queríamos, desde el inicio del proyecto, tener un gran festival, porque podemos impactar a más gente de una manera positiva. El festival aborda la innovación y la creatividad, pero para nosotros solo importa si el contenido y la experiencia que ofrecemos pueden impulsar la transformación de quienes asisten al evento y forman parte de su ecosistema. El otro factor de crecimiento rápido que podemos atribuir es el momento del mercado. Brasil no tenía una plataforma o evento que combinara todas las industrias y campos en un solo lugar. Esto resultó ser una gran demanda y realmente nos ayudó a construir nuestra idea más rápido. Pero puedo asegurar, incluso con la experiencia, que no es fácil hacer realidad el sueño cada año, se necesita mucha ayuda de los socios estratégicos, inversión y una tonelada de ¡trabajo!

MTR: ¿Cuáles son las principales novedades de la nueva edición del festival?

FS: Hablamos de la innovación como el mayor campo que se pueda imaginar. En el festival encontrarán actividades vinculadas a la vida social, científica, la tecnología, a la innovación humana y mucho más. Algunos aspectos destacados para 2017 son: realidad virtual, impresión 3D, blockchain (base de datos compartida), drones, movilidad y sostenibilidad.

MTR: ¿Cómo se relaciona el Festival Path con el contexto internacional?

FS: Tenemos alianzas con empresas multinacionales y algunos consula-



Fabio Seixas (izquierda) y Rafael Vettori, socios en O Panda Criativo.

dos de países como Israel, Canadá, Países Bajos y otros. Este año tendremos más de 15 oradores procedentes del extranjero.

MTR: ¿Cuál es la importancia de la innovación en el campo comercial hoy en día?

FS: La innovación siempre es importante. Esto es lo que impulsa a nuestro planeta hacia adelante. A veces lo hacemos bien, a veces no lo hacemos, pero es importante seguir innovando y validando lo que hacemos. La innovación pura y simple no es nada, la innovación necesita, hoy más que nunca, tener un propósito, cumplir con una mejor experiencia del mercado y de sus consumidores. También la innovación hoy debe aplicarse al núcleo de cualquier empresa en el día a día. Las ideas, productos y servicios se están moviendo muy rápido, a diferencia de lo que sucedía décadas atrás, cuando una innovación era "la reina" de un mercado durante muchos años.

MTR: ¿Qué sector considera usted más innovador hoy en São Paulo? ¿Por qué?

FS: Muchos. Pero si fuera a elegir uno diría la educación. Todo el mundo con el que hablo intenta mejorar la forma en que educamos a nuestros seres, a nuestros hijos y al mercado. Desde la educación en las escuelas, compañías, ejecutivos, recursos humanos, papás, mamás, adolescentes, hasta el auto aprendizaje.

MTR: ¿Cuáles son los principales problemas al momento de captar fondos en el sector creativo?

FS: Bueno, eso depende de muchos factores, pero vamos a suponer que estamos hablando de una empresa que está comenzando ahora un nuevo negocio creativo o idea. Para ese tipo de negocio es muy difícil probar la rentabilidad de la inversión. La mayoría de las veces los socios se tienen que financiar a sí mismos en las primeras etapas del proyecto, mostrar algunos resultados y luego ir al mercado para encontrar el socio adecuado, que esté dispuesto a poner dinero y mejorar la idea. En la mayoría de los casos es un error asociarse con quien está buscando resultados a corto plazo.

MTR: Tres consejos para impulsar la innovación en el campo comercial.

FS: Simplifique su producto, o al menos su argumento de venta. Ame y crea en lo que vende: si en una reunión de venta demuestra que le importa, la gente simpatizará. Cree un producto que realmente resuelva una demanda o problema. ●

6 - 7 de mayo, 2017

Festival Path

Conferencias, shows, filmes, rueda de negocios y networking, hacen del encuentro una experiencia única que enlaza educación, entretenimiento y negocios.

 festivalpath.com.br



FOTOS: GENTILEZA FESTIVAL PATH

Festival Path propõe uma nova maneira de encontrarse para descobrir las novedades del mercado, compartir los conocimientos, conectarse con los pares y hacer negocios.

TINTA Y ACRÍLICO

Manabu Ikeda

Miles de pequeños objetos se acumulan en la superficie de un encuadre poético, delineando cuerpos fantásticos. Las obras del artista japonés se caracterizan por una cuidadosa descripción de la espacialidad existente entre naturaleza y civilización.

Por Laura Raquel Martínez



1





2

“Veo detalles, cuando observo las cosas”, dice Manabu Ikeda (Saga, 1973), reconocido por tejer minuciosos paisajes, combinando un estilo de pintura tradicional japonesa y un surrealismo ultra detallista.

Ikeda declara que los desastres naturales, como los que azotaron la costa de Japón en 2011, o su indagación acerca de la existencia humana ligada a la lucha entre sabiduría y necesidad se han vuelto temas recurrentes en su obra.

Esto hace que sus cuadros se inscriban en un nuevo capítulo en la historia del arte japonesa dedicada a narrar tragedias, como las impresiones de Edo y Meiji, o el “arte nuclear” de Domon Ken, Fukushima Kikujiro y Maruki Iri y Toshi.

Motivado por la realidad, el artista estampa las escenas a mano una por una y las conecta entre sí en una coherente estructura

Sus cuadros se inscriben en un nuevo capítulo de la historia del arte japonesa dedicada a narrar tragedias, como las impresiones de Edo y Meiji.

que reproduce el caos de la vida, que rara vez se ajusta a un simple relato lineal.

Sus dibujos, realizados en pluma y tinta sobre telas de grandes dimensiones, demandan más de ocho horas diarias de trabajo a lo largo de varios años.

En *Rebirth* (2016), su última produc-

ción, invirtió alrededor de tres años. Realizado en Canadá, en el contexto de una residencia artística, el tríptico fue presentado en el Chazen Museum of Art.

La estadía en el país norteamericano generó un cambio conceptual en el espacio concebido por Ikeda. Al respecto, el artista explica que en su país natal todo es pequeño y estrecho.

En Japón, sentía la imagen de la naturaleza totalmente diferente a la que experimentó en América, definida por la inmensidad abrumadora del espacio y la naturaleza salvaje. Ese cambio espacial puede observarse, por ejemplo, en *Fortoken* (2008), *History of Rise and Fall* (2006) o *Existence* (2004), en las que el artista representa la dimensión del blanco como entidad.

Las obras de Ikeda se encuentran en la colección del Museo de Arte Mori de



3

Tokio y en la colección privada de Takahashi Ryutaro. Además, sus piezas han sido expuestas en destacados centros internacionales del arte en Berlín (Alemania), Ontario (Canadá) y Nueva York (Estados Unidos).

Actualmente, se puede visitar su primera retrospectiva, *Ikeda Manabu: The Pen-Condensed Universe*, en el Museo de Arte de Saga, Japón, que en sus primeros 10 días de exhibición recibió

más de 10.000 espectadores. Luego, la muestra viajará al 21st Century Museum of Contemporary Art, en Kanazawa, del 8 de abril al 9 de julio, y al Nihonbashi Takashimaya, en Tokio, del 27 de septiembre al 9 de octubre.

El artista tiene previsto, además, realizar una exposición individual en la galería que lo representa, Arte Mizuma, en Tokio, del 8 de agosto al 9 de septiembre, con su más reciente producción. ●

1. Foretoken.
2. Rebirth.
3. History of Rise and Fall.

Imágenes: © IKEDA Manabu. Cortesía de Mizuma Art Gallery.



El dios del comercio en la Grand Central Terminal

Cada hora, 7.500 personas pasan por la esquina de 42nd Street y Vanderbilt Avenue, una de las intersecciones más concurridas de Manhattan. La mayor parte de ellas pueden ver, en la fachada de la Grand Central Terminal, un homenaje a la velocidad y el comercio. Se trata de una de las esculturas más conocidas que se le han dedicado al dios Mercurio: la obra "Transportation",

encargada al artista francés Jules Coutan (París, 1848-1939).

Mercurio, cuyo nombre está relacionado con la palabra latina *merx*, que significa mercancía, es el dios romano del comercio. Hijo de Júpiter, tiene la misma apariencia que el dios griego Hermes y es, como él, un mensajero de los dioses. Sus figuras llevan una inconfundible vara entrelazada con serpientes y un sombrero alado.

La figura triunfante de Mercurio en el centro de la escultura en Grand Central simboliza tanto la velocidad de las locomotoras como el rápido crecimiento del comercio en Manhattan. Está flanqueado por la diosa Minerva a su derecha –que representa la sabiduría y planificación involucradas en la construcción del edificio– y a la izquierda por el héroe Hércules, símbolo de la fuerza y la perseverancia de los hombres que trabajaron en ella. También hay un águila, ícono de los Estados Unidos.

La obra, construida entre 1911 y 1914, se instaló en la fachada un año después de

la inauguración de la nueva estación. Cuando hermanos Piccirilli, de Donnelly and Ricci, lo terminaron de tallar –Coutan había enviado un modelo de un cuarto del tamaño original–, se transformó en el grupo escultural más grande del mundo. Hecha de piedra caliza de Indiana, mide 15 metros de alto y 18 de ancho, pesa 1.500 toneladas y sostiene un reloj Tiffany de cuatro metros de diámetro, cuyo horario está controlado por un complejo sistema del Observatorio Nacional.

La Grand Central Terminal es, además de una de las joyas arquitectónicas de Nueva York, el lugar que concentra las idas y venidas de locales y turistas en la ciudad. Las 750.000 personas que la transitan cada día llegan a un millón en los días festivos: es que a la terminal llegan los trenes del Metro-North, 31 líneas locales, 15 líneas de autobuses urbanos, siete de subterráneo, buses desde tres aeropuertos y dos millones de taxis por año. ■

FOTO: MUBS/ISTOCKPHOTO.COM



next generation

Electronic Trade Opportunities (ETO).



TRADEPOINT
WTPF WORLD TRADE POINT FEDERATION

In cooperation with

WIS@key

