

MARCO **revista** TRADE

COMERCIO GLOBAL DIPLOMACIA COMERCIAL REAL ESTATE CULTURA LIFESTYLE AGENDA

**Trade City:
Murcia**

INFORME OICEX:

Guerra comercial: Trump puja por recuperar la supremacía mundial

Cuatro escenarios para anticipar el futuro

La nueva Ruta de la Seda en América Latina

Litio: mitos y verdades de uno de los minerales más codiciados

Las compras de ropa *online* cruzan fronteras

Cacao fino: sabor sin vuelta atrás

Agenda: los eventos en los que hay que estar

ADemás:
CULTURA, VIAJES, ARTE



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

Asia

África

América

Europa

Países Árabes

STAFF



Director:

Bruno Masier

Editor Jefe:

Antonio López Crespo

Coordinación:

Miriam Bilbao

Redacción:

Desde Buenos Aires

Lucía Marroquín

Laura Raquel Martínez

Ramiro López Crespo

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

EDITORIAL

Ha transcurrido la mitad de un 2018 que, en términos de comercio y de política internacional, ha sido vertiginoso. Es difícil encontrar una semana de este complejo y apasionante año en el cual no hayamos tenido un sacudón informativo que confirmara las preocupaciones que **Marco Trade Revista** fue anticipando en sus anteriores números o en las diarias entregas de su portal *online*.

Seis meses atrás, advertíamos acerca de los peligros del diagnóstico que el actual presidente de EE UU, Donald Trump, hacía de la realidad mundial. Un diagnóstico basado en **premisas que atrasan más de medio siglo**, con una defensa de valores vinculados al populismo y al ultra nacionalismo, que no logra comprender los avances producidos por una globalización que requiere ajustes en términos de equidad e inclusión, pero que ha producido una formidable generación de riqueza.

Quizás no imaginábamos que el inquilino de la Casa Blanca podía ir tan lejos en sus planteos radicales, que ponen en juego –como han señalado los líderes más importantes del mundo– el orden mundial y la paz, logrados trabajosamente por la comunidad internacional en las últimas décadas.

Discutir mejores condiciones en el intercambio comercial entre naciones es parte del juego y será siempre una parte insustituible de la dinámica del sector, que cambia constantemente y en el que aparecen nuevos productos y nuevos jugadores que modifican el contexto. La humanidad logró un avance cultural de enorme trascendencia para garantizar un futuro pacífico: la resolución de los conflictos se realiza de manera regulada –a través de la Organización Mundial del Comercio (OMC)– bajo el sistema del multilateralismo.

Ese avance fue el resultado de las enseñanzas históricas que dejaron los autoritarismos y nacionalismos del siglo XX, causantes de las tragedias de dos guerras mundiales e innumera-



bles conflictos entre naciones y regiones. **Aprendimos que las pretensiones hegemónicas son nefastas y que las relaciones internacionales deben estar regidas por dos principios: la cooperación mutua y el ganar-ganar para los intereses aparentemente encontrados.**

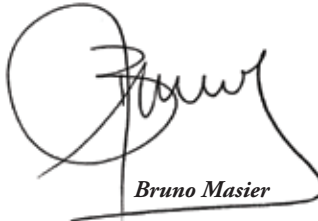
Estos meses han transcurrido en el sentido inverso. Trump se ha propuesto “restaurar” el viejo orden, desencadenando una “guerra comercial” en toda dirección, a la que fundamenta con lo peor de la Guerra Fría: la noción de seguridad nacional. Y puede extremar el argumento

hasta el punto de aplicárselo a un país como Canadá que, en ambas guerras, puso la sangre de sus ciudadanos al servicio del triunfo de su vecino.

Cabe preguntarse si estamos viendo el final de la alianza atlántica o si, finalmente, la Unión Europea de Merkel, Macron o Rutte, con el apoyo del líder chino Xi Jinping, puede controlar los daños y hacer efectiva su defensa del libre comercio y el multilateralismo. Las cosas no son fáciles. Gobiernos europeos como los de Austria, Polonia, Hungría y recientemente Italia, constituyen un aliento expreso al populismo. El canciller británico reclamó, hace menos de un mes, la necesidad de tener “un Trump” en su país para irse finalmente de Europa.

En este número, como verán los fieles seguidores de **Marco Trade Revista**, hemos puesto el acento en algunos de esos temas y, en especial, en las consecuencias de una guerra comercial que podría frenar –como señaló Christine Lagarde, directora del Fondo Monetario Internacional (FMI)– la actual bonanza económica global.

A pesar de todo, no descuidamos el placer y la necesidad de festejar “la buena vida”, con apasionantes notas sobre gastronomía, arte, turismo y un recorrido por el imperdible Inhotim, museo a cielo abierto donde la ecología brilla tanto como el arte.



Bruno Masier
Director

✉ masier@marcotrade.news

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

Esta es una publicación de



Velázquez, 53 2-Izq.
28001 Madrid, España
www.oicex.org

En asociación con



Depósito legal M-38955-2015
ISSN 2444-9113
Derechos reservados.

Con el apoyo de



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.

SUMARIO

Comercio Global

8 La nueva Ruta de la Seda en América Latina

La apuesta de China, con inversiones tanto en su vertiente terrestre como marítima, es una oportunidad de oro para la infraestructura de transporte en la región y la revitalización de su comercio.

18 Litio: mitos y verdades de uno de los minerales más codiciados

En todo el mundo se especula sobre cómo se desarrollará el mercado del litio por su uso en baterías recargables. Un análisis de las ideas más extendidas acerca de un elemento cada vez más relevante.

24 El puerto de Cartagena, un corazón vibrante de 3.000 años

Su natural abrigo y su posición geoestratégica en el corazón de la Europa mediterránea transforman el puerto cartaginés en una pieza clave para el comercio de la región.

30 Los vinos de la Patagonia: un viaje a través de los Andes

Entre históricos terruños y nuevos emprendimientos en geografías impensadas, las bodegas a ambos lados de la cordillera de los Andes apuestan a la calidad.

34 Informe OICEX Guerra comercial: Trump puja por recuperar la supremacía mundial

La llegada de Donald Trump a la Casa Rosada y sus efectos en el panorama internacional: cuatro escenarios de una realidad que requiere ajustes en el proceso de globalización hacia mayores niveles de equidad.

50 Actualidad empresarial

Las últimas novedades del mundo empresarial en diferentes latitudes.



8



18



34

52 Frankfurt

Eventos de todos los sectores en esta relevante ciudad alemana.

Trade City

54 Murcia, mucho más que la huerta de Europa

La ciudad española, que pasó de exportar 4.410 millones de euros a superar los 10.450 en solo 10 años, es una de las pocas comunidades autónomas con saldo comercial positivo.

66 Trade cities

Actualidad de las ciudades clave para el comercio global.

68 Publicaciones

Material editado por los más confiables organismos internacionales.

Lifestyle

69 Apps

Aplicaciones con información sobre libros, películas, museos y música: recomendaciones, críticas y consumo cultural en la palma de la mano.

70 Las compras de ropa online cruzan fronteras

A pesar de las restricciones aduaneras y los cargos extra, las empresas se aventuran en el comercio cross-border en línea.

72 Cacao fino: sabor sin vuelta atrás

Desde el grano hasta el chocolate, un fruto apto para producción industrial pero también para los más finos y exclusivos artesanos del mundo.

78 Viajes gourmet: vodka en Rusia

Recomendaciones y maridajes para una de las bebidas espirituosas más consumidas en el mundo.

80 10 razones para visitar Nueva York

Las experiencias para no perderse, desde una estación abandonada hasta una función de cine a la vera del río, rooftops, food trucks y la Reserva Federal.

82 Cabaña Buenavista, más allá de la gastronomía

En las faldas de la sierra de El Puerto, en Murcia, este restaurante propone una experiencia entre reminiscencias locales y experimentación.

Cultura

84 Agenda cultural

Eventos culturales imperdibles en todo el mundo.

86 Cuando la literatura es un juego de niños extranjeros

EE UU es el mayor mercado de la industria del libro, con un 26% de la producción mundial.

89 Libros ilustrados, a puro sentido

Clásicos y modernos conviven en el universo de la creatividad, sin fronteras ni límites entre palabra e imagen. Una selección de autores que abren un camino a los sentidos.



72

90 Inhotim, un estado de espíritu

En 140 hectáreas de galerías y parques, esta rara combinación de jardín botánico con museo de arte contemporáneo desafía a visitantes de todo el mundo.

94 Marcelo Zeta Yeyati

Casi como pequeños mecanismos de relojería, las obras del artista argentino

dedicado a la música a la par que a la plástica se ensamblan para resignificar la mirada.

98 Las ánforas, testimonio del comercio cartaginés

Las piezas halladas cerca de la isla de Escombreras son testimonio del activo comercio, la economía y las grandes dinámicas comerciales del período republicano.



94



La nueva Ruta de la Seda en América Latina

La apuesta de China por la monumental iniciativa, con inversiones tanto en su vertiente terrestre como marítima, representa una oportunidad de oro para la infraestructura de transporte en la región y la consiguiente revitalización de su comercio.

Por Antonio López Crespo

Un informe publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) sobre

América Latina el pasado marzo señala que la región enfrenta **tres grandes desafíos**, muy vinculados entre sí: **lento crecimiento, falta de integración y atraso en sus infraestructuras**.

En 2017, tras dos años de contracción, la región creció apenas un 1%. Según las previsiones, en los próximos años continuará con débil crecimiento, con un promedio de 2,6% anual hasta 2020, un crecimiento muy inferior al de regiones

La puerta de salida para América Latina requiere multiplicar sus exportaciones. El mercado externo se presenta como una salida estratégica, no coyuntural, sino de largo plazo.

como Asia (6,5%) o África (6,4%), pese a las enormes riquezas de que dispone. Ese es el primer desafío de la región.

El segundo gran desafío es su falta de integración al mundo, pero más significativamente al propio mercado intrarregional. **No solo es baja su participación en las exportaciones mundiales sino también el tráfico entre los países de la región.** Esa situación no sucede en otras regiones, que mantienen un intenso intercambio interno, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), la Unión Europea (UE), la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN), entre otras.

La puerta de salida para la región requiere multiplicar sus exportaciones. El mercado externo se presenta como una salida estratégica, no coyuntural, sino de largo plazo. Claro que producir manufacturas con mayor valor agregado supone un cambio estructural: implica una inteligente labor estatal, una política crediticia a favor del desarrollo y una enorme energía creativa de los empresarios de la región.

FOTO: TRYAGING/ISTOCKPHOTO.COM

Así lo han entendido Chile, Perú, México y Colombia, en distintos niveles. **En las economías menos desarrolladas, las exportaciones de mayor valor agregado son el medio eficaz para transformar la producción.** El acceso a nuevos mercados estimula la instalación, ampliación y desarrollo de estructuras de producción, genera producto interno y permite que las economías internas aumenten su acceso al empleo y al consumo.

Las economías de altos estándares de bienestar poseen mercados internos a los que no están dispuestos a arriesgar abriendo la posibilidad de una competencia que podría inquietar los precios internos que solventan sus elevados niveles de consumo y la renta de sus productores.

Por lo tanto, ese no es el camino prioritario. **Mientras mejoramos el acceso a los mercados más desarrollados, la estrategia es establecer vínculos comerciales con países con menores requisitos de entrada y con complementariedades que signifiquen un aporte al desarrollo mutuo.**

"Exportar importa" debería ser la consigna de nuestros países. Para hacerlo, es necesario producir pensando en el mercado global, pero buscando esos mercados de menores requisitos y mayores complementariedades. **Para los países de la región, se presentan tres grandes oportunidades estratégicas: el mercado intrarregional, África y Asia Pacífico.** A estos se agrega el hecho de que la demanda global se incrementará de forma significativa. La de energía lo hará en un 45% para 2030 y la de alimentos en un 50%, con una particularidad: la participación en esa demanda de alimentos del Asia emergente será 64,7% y del África subsahariana 17,4%, es decir que ambas regiones juntas compondrán el 82,1% de la nueva demanda.

Sin embargo, esa enorme oportunidad no ha favorecido el incremento sustantivo de una mayor integración regional. El déficit proviene de dos condicionantes históricos, resultado del lugar que los países de la región han ocupado en la división internacional del trabajo, como meros abastecedores de materias primas. En primer lugar, la **dotación factorial**: como abastecedores eficientes de recursos naturales, éramos competidores y no potencia-

les socios. En segundo lugar, la **carencia de infraestructura interna**, que no era necesaria porque no intercambiábamos entre nosotros sino que competíamos.

Si pretendemos el pleno desarrollo, no podemos soslayar **un mercado de 650 millones de habitantes** que además es "nuestro propio mercado", con afinidades culturales, complementariedades notables y la misma historia. Existen algunas posibles respuestas a esos condicionantes. La primera respuesta sería un proceso de **exploración de encadenamientos productivos**, que posibiliten incrementar la complementariedad. La segunda sería **terminar con estúpidos conflictos**, propios de antiguos competidores y producto de la "balcanización" de nuestro territorio común. La tercera implica **diseñar una infraestructura puesta al servicio del intercambio regional** y no solo a su conexión con los centros económicos del mundo, como en los dos siglos pasados.

El fuerte flujo de materias primas a los mercados asiáticos, en especial a China permitió una situación superavitaria en muchos de los países de nuestra región. Esto posibilita, por primera vez, plantear las potencialidades del mercado intrarregional para productos y servicios con valor agregado.

El tercer desafío surge precisamente de la carencia de esa infraestructura diseñada en favor del intercambio y la complementariedad regional. **El manifiesto atraso de las infraestructuras en América Latina es un freno a su desarrollo y el impedimento más severo a una mayor expansión del comercio intrarregional.**

Ya no se trata de comerciar, como en la antigua ruta, con seda, especias, oro, marfiles o jade, sino en buscar los equilibrios necesarios para aprovisionarse de energía y otros recursos básicos.

Como señala el BID, las inversiones que se hacen en la región, además de ser insuficientes, muchas veces son poco productivas. Ese atraso se debe a la insuficiencia de inversiones, en especial en infraestructura eficientes. América Latina tiene una brecha del 5% del producto. Para cerrarla, sostiene el BID: **¡La región debería invertir 100.000 millones de dólares al año durante las próximas dos o tres décadas!** Sin duda, un enorme desafío pero también una oportunidad de generación de empleo, de crecimiento, porque genera eficiencias de transporte y conectividad.

Ante ese desafío aparece, en el contexto estratégico global, la **iniciativa china de la Franja y la Ruta** —la Franja Económica de la Ruta de la Seda y la Ruta Marítima de la Seda del Siglo XXI, lanzada por el presidente Xi Jinping en octubre de 2014 y que se presenta como una **nueva Ruta de la Seda**.

La nueva Ruta de la Seda

La estrategia de China es profunda y global. Apunta a poner las bases de un "desarrollo mundial pacífico y armonioso", en el que el país opere como "Estado responsable" de los asuntos mundiales. Ya no se trata de comerciar, como en la antigua ruta, con seda, especias, oro, marfiles o jade, sino de **buscar los equilibrios necesarios para aprovisionarse de energía y otros recursos básicos, evitando conflictos y promoviendo el desarrollo.**

Asentada en la concepción china de planificación a largo plazo, **el proyecto responde a una visión geopolítica y geoeconómica ante el nuevo orden mundial emergente.** La Iniciativa de la Franja y la Ruta está dirigida a garantizar el transporte de sus exportaciones y los suministros de materias primas, en especial petróleo.

La nueva Ruta de la Seda abarca más de 70 países e integra una ruta terrestre y una vía marítima que conecta a China con Europa a través de Asia Suroriental, Asia Central y Oriente Medio. Ello involucra el **75% de las reservas de energía conocidas, a un 70% de la población mundial y a más del 55% del PIB mundial.** Se trata de una ambiciosa iniciativa que convierte a Asia Central una vez más



Rusia y China apuestan a la construcción de una red de oleoductos, gasoductos y ferrocarriles.

en un centro de lucha por el poder, esta vez entre EE UU, Rusia y China.

Hay que tener en cuenta que el transporte marítimo de crudo tiene dos grandes cuellos de botella naturales: **los estrechos de Ormuz y Malaca**. Por el primero fluye alrededor del **20% de las importaciones chinas de petróleo**. Con Irán al norte y Omán al sur, a sus dirigentes les preocupa la permanente presencia de la flota de combate de EE UU patrullando la zona. Malaca, con Singapur al norte e Indonesia al sur, es otro cuello de botella, por el que fluye nada menos que el **80% de las importaciones chinas de petróleo**. En caso de enfrentamiento, Washington estaría en condiciones de cerrar ambos estrechos. La necesidad de contar con una alternativa por vía terrestre por Asia Central —entre otros factores— llevó a China a propiciar la estrategia de la nueva Ruta de la Seda, desde el mar Caspio a la remota Xinjiang.

La aspiración china es convertir la nueva Ruta de la Seda en el corredor económico más largo y con mayor potencial de desarrollo del mundo y en un gravitante factor de desarrollo pacífico para los países que integran la Organización de Cooperación de Shanghai (OCS).

La construcción de una **red de oleoductos, gasoductos y ferrocarriles** es la trama que Rusia y China acuerdan para contrapesar la ambición de EE UU de controlar las dos grandes zonas energéticas del mundo: el Golfo Pérsico y el Asia Central.

Ese nuevo puente continental empieza en la costa oriental china, sale de allí por el paso Alataw, en el oeste, recorre Kazajstán, Rusia, Bielorrusia, Polonia y Alemania para finalmente alcanzar el puerto holandés de Rotterdam.

Los miembros de la OCS y algunos de sus vecinos han firmado convenios para la construcción y reparación de ferrocarriles y carreteras destinadas a unirlos y, a la vez, enlazar Asia Central con Europa, tomando como eje central la ruta china desde el puerto de LianYungang a Korgas.

Un espacio de intercambios activos desde el Paleolítico

Si la antigua Ruta de la Seda, que ha sido un espacio de intercambios activos desde el Paleolítico —según el experto en prehistoria André Leroi-Gourhan— enlazaba el intercambio económico y cultural entre

La aspiración china es convertir la nueva Ruta de la Seda en el corredor económico más largo y con mayor potencial de desarrollo del mundo y en un gravitante factor de desarrollo pacífico.

Europa y Asia hace 2.000 años, la nueva ruta se propone recuperar ese territorio de intercambio y desarrollo y potenciarlo.

El proyecto, de enormes implicaciones geopolíticas, involucra a toda Asia, los países del Golfo, Medio Oriente, el norte de África y también Europa. Los chinos prevén que EE UU continúe controlando las rutas marítimas utilizadas por China, por lo que es imprescindible contar con otras rutas —terrestres y marítimas— que permitan sostener el suministro de materias primas para su creciente desarrollo.

Ello explica, entre otras cosas, que 15 de los 20 puertos más importantes del mundo estén hoy en China y que empresas chinas como **Hutchison-Whampoa Ltd. (HWL), un gigante de Hong Kong con lazos muy estrechos con las autoridades de Beijing**, estén comprando y construyendo terminales y puertos en todo el planeta. HWL funciona en 55 países y da empleo a 230.000 personas a nivel mundial. Es el principal inversor global portuario y opera cinco de los siete puertos de contenedores más grandes del mundo, manejando el 13% de su tráfico. Controla 251 muelles en 43 puertos alrededor del mundo, incluyendo terminales a ambos lados del canal de Panamá, lo que ha despertado cierto escozor en muchos políticos para-noicos de EE UU.

La realidad es más simple. **China necesita materias primas**. Intentará hacerse de ellas en África, Asia, América Latina o donde las encuentre y tratará de instalar bases comerciales para garantizar el suministro de esos recursos. Por eso, además, posee la mayor producción de cargueros del mundo (35% del total) superando a Corea del Sur y Japón, junto con quienes acapara el 85% de la producción mundial.

Buscando nuevas fuentes de suministro, China desplegó una intensa actividad diplomática y comercial, a través de sus tres principales empresas petroleras estatales —China National Petroleum Co. (CNPC), China National Offshore Oil Co. (CNOOC) y Sinopec-China Petroleum & Chemical Co.— formalizando inversiones en nuevos territorios (Rusia, Kazajstán, Canadá, Australia, Sudán, Túnez,

FOTO: SSSCCC / ISTOCKPHOTO.COM

Irán, Azerbaiyán, Perú, Brasil, Argentina, Venezuela, entre otros).

América Latina en la Ruta de la Seda

Pese a la relevancia que China otorga a su presencia en Asia Central en el marco de su "batalla por la energía", también pretende tener una influencia creciente en América Latina. **Aunque, para algunos especialistas, "el enorme interés de China en América Latina está impulsado por la necesidad de asegurar el suministro de energía para su crecimiento económico"**, la estrategia del gigante asiático en la región **excede largamente el sector energético**.

Si bien la seguridad en esa materia es un elemento rector de su desembarco regional, China incorpora dos ejes más a la búsqueda de otros recursos estratégicos: minerales y alimentos. Sabe que América Latina, y América del Sur en particular, poseen abundantes recursos y constituyen la verdadera "despensa del mundo".

Las limitaciones latinoamericanas como proveedor energético frente a los países del Golfo, de Asia Central e incluso de África surgen de la distancia. La región se convierte más en una reserva de recursos que en un abastecedor rápido y eficiente de la industria china, cuando en cargas como petróleo o carbón, el transporte marítimo implica casi dos meses de travesía.

Tang Jun, experto chino en América Latina y subdirector del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Lenguas Extranjeras de Zhejiang, considera que **la nueva Ruta de la Seda debe extenderse a América Latina** para integrar a la región con las economías más dinámicas de Asia. Y argumenta que la iniciativa de la Franja y la Ruta se desarrolla a través de dos vertientes: el Cinturón Terrestre de la Ruta de la Seda, que busca estrechar la cooperación entre los países de Asia Central y China, y la Ruta Marítima de la Seda, destinada a establecer una comunidad muy estrecha entre China y los países de ASEAN, inspirada en la antigua Ruta de la Seda que unió Asia Central con Europa y África, y que alcanzó su máximo apogeo entre 1565 y comienzos del siglo XIX.

Para el experto, América Latina debería ocupar un puesto más importante en la

ambiciosa estrategia del gobierno chino, teniendo en cuenta el nivel de cooperación económica entre ambas regiones, el potencial de esa relación y la confianza política mutua lograda en los últimos años. **La participación latinoamericana en la Ruta de la Seda Marítima, según Tang, contribuirá a fortalecer la posición china en el escenario global y permitirá un mayor vínculo de la región con los países del Sudeste Asiático**.

Debe recordarse que China ha establecido relaciones de cooperación estratégica integral con varios países de la región, como Argentina, México y Perú y que, si bien en principio América Latina no estaba incorporada, China mantiene fuertes relaciones estratégicas con la región y está contribuyendo a la construcción de una serie de infraestructuras destinadas a incrementar la conectividad y la complementariedad, tanto en los países de la región como en los integrantes de ASEAN.

La Alianza del Pacífico podría constituirse en la plataforma de enlace de la región con la Ruta Marítima de la Seda, si sus integrantes redujeran su vocación por el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP por su sigla en inglés), iniciativa que provoca fundados recelos en China.

Los ambiciosos planes de China para América Latina

En medio de las nuevas condiciones políticas de la región, para China es im-

China mantiene fuertes relaciones estratégicas con la región y está contribuyendo a la construcción de una serie de infraestructuras destinadas a incrementar la conectividad y la complementariedad.

portante fortalecer la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), que se creó como una asociación de países de América Latina y el Caribe, sin la presencia de EE UU ni Canadá. Ese fue precisamente uno de los objetivos de la segunda reunión ministerial entre China y los miembros de la CELAC celebrada en enero pasado en Santiago de Chile, con la presencia del ministro de Asuntos Exteriores de China, **Wang Yi**.

Fan Hesheng, director del Centro Latinoamericano de la Universidad de Anhui, recordó que esa fue la primera reunión entre China y la CELAC después de la llegada al poder de la nueva administración Trump a EE UU y que uno de sus resultados más elocuentes fue precisamente la recepción que los países de la región dieron a la iniciativa china de la nueva Ruta de la Seda.

La parte latinoamericana de la nueva Ruta de la Seda no será tan ambiciosa como el proyecto que China está desarrollando en Eurasia. Pero **Beijing está interesada en crear una red de infraestructura en toda América del Sur y el Caribe** y para la región esa puede ser una enorme oportunidad.

La iniciativa china persigue el objetivo de construir una red de infraestructuras y comunicaciones, creando una plataforma de cooperación económica que conecte a países y regiones tanto de Asia como de Europa y África, reeditando las antiguas vías comerciales de la Ruta de la Seda y unir de manera eficiente las costas de América del Sur con las costas de China, como parte de la Ruta Marítima de la Seda.

Wang sostiene que en América Latina y el Caribe "se concentran los países en vía de desarrollo y es una fuerza emergente en la estructura internacional", por lo que China tratará la relación con la región "desde una altura estratégica y visión a largo plazo". **Según Wang, la parte latinoamericana del proyecto chino beneficiará el desarrollo de toda la región**. Se trata —dijo— de aunar esfuerzos y apoyar el comercio libre para "contrarrestar la política proteccionista de Washington y proseguir con la creación de una economía mundial abierta".

China, cada vez más cerca de América Latina

La nueva Ruta de la Seda es el plan más ambicioso de interconectividad transfronteriza en la historia de la humanidad. Como dijimos, supone el establecimiento de dos rutas, una terrestre y otra marítima, en las que se construirán puertos, carreteras, trenes, aeropuertos, proyectos energéticos, oleoductos y gasoductos, refinerías, zonas de libre comercio, entre otros tipos de infraestructura. Costará alrededor de un billón de dólares y se ejecutará en un plazo de 30 a 40 años.

China es el principal financista y para ello no solo ha equipado a los bancos chinos con capital, políticas y regulaciones, sino que ha creado el Banco Asiático para las Inversiones en Infraestructura (BAII), que es el principal motor financiero de la iniciativa.

¿Cómo se asoma América Latina a ese gigantesco proyecto? Señala el BID que la región tiene una brecha de financiamiento en infraestructuras de entre 170.000 y 260.000 millones de dólares durante la próxima década y varios países han mostrado su interés por desarrollar mega-proyectos de infraestructura transfronteriza que vinculen a la región con China.

Si bien América Latina no está formalmente incorporada a la nueva Ruta de la Seda, a través de la "ruta marítima", los intereses chinos en los recursos de la región hacen viable –como se destacó en la reunión de CELAC– su integración a esa estrategia global.

Los ejemplos son innumerables y ajenos a la extensión de un artículo periodístico. Pero una reseña somera da la dimensión de lo que está sucediendo y de las posibilidades que se abren para los países de América Latina: la modernización del Panamá Colón Container Port, un tren bioceánico entre los puertos de Santos, en Brasil, e Ilo, en Perú, el Túnel de Agua Negra entre Argentina y Chile, dos gigantescas represas hidroeléctricas en Argentina, la construcción de un cable de fibra óptica Tras-Pacífico, entre otros proyectos.

Actualmente, la cooperación entre América Latina y China se traduce en casi 200 proyectos específicos, que permiten



Canal de Panamá

proyectar el incremento de la relación a niveles sin precedentes. Según Lan Hu, consejero del Ministerio de Relaciones Exteriores chino, hay actualmente más de 2.000 empresas chinas en diversos países de América Latina, región que se ha convertido en la segunda zona de inversión más importante para China: "Los sectores de inversión y comercio han aumentado y se han expandido en industrias como la de energía, minería, petróleo, centrales eléctricas, telecomunicaciones y las empresas chinas están dando gran importancia a Latinoamérica".

La dirigencia china es optimista sobre las perspectivas de desarrollo a largo plazo de América Latina y sus empresas instaladas en la región están creando más de 1,8 millones de empleos locales, con un stock de inversión de más de 200.000 millones de dólares. En la última década, los intercambios comerciales entre China y América Latina se multiplicaron ¡22 veces! Además, se expanden también los intercambios políticos, turísticos y culturales. Los avances tecnológicos están "acortando" la distancia geográfica, que siempre limitó relaciones más intensas.

La oportunidad es inigualable, pero el mayor desafío sigue siendo el funcionamiento de los gobiernos latinoamericanos para actuar de manera coordinada frente a las perspectivas que China presen-

ta. En 2017, el comercio bilateral sumó 257.800 millones de dólares, las exportaciones de China a América Latina fueron de 130.800 millones y las importaciones de China de 127.000 millones.

Shao Yingjun, consejera económica del Ministerio de Comercio chino, de larga experiencia y trayectoria en la región, ha destacado que la firma de tratados comerciales o acuerdos específicos han contribuido a elevar el interés chino de invertir en América Latina.

Uno de los ámbitos de cooperación más importantes en la inserción de la región en la nueva Ruta de la Seda pasa por la contribución china al desarrollo portuario de América Latina y los más intensos y frecuentes servicios de transporte marítimo con destino a Asia.

Existen inversiones chinas en transporte marítimo y puertos en varios países de la región. Debe destacarse la construcción del Panamá Colón Container Port, un enclave logístico junto con el puerto de contenedores, con una inversión de 1.100 millones de dólares en el sector Isla Margarita, en Colón, a unos 80 kilómetros de la capital panameña.

Basada en el eje estratégico de la ampliación del canal de Panamá y la Zona Libre de Colón (ZLC) –la mayor del hemisferio–, la nueva terminal formará parte de una red marítima de puertos con Oceanía

FOTO: TRAVELINE/STOCKPHOTO.COM

y Asia. Según Kenneth Zhang, CEO del grupo chino en Panamá, la primera fase estará terminada a mediados de 2019 y se podrán manejar 2,5 millones de Teus al año. En la tercera etapa, se prevé llegar hasta 11 millones de Teus. Zhang confirmó que con la nueva terminal portuaria se podrá recibir hasta tres buques Neopanamax, que actualmente transitan por la ampliación de la vía interoceánica inaugurada en 2016.

La construcción de la obra estará a cargo de China Communications Construction Company (CCCC), una de las empresas de construcción y diseño de puertos más grande de China, segunda compañía de dragado del mundo y mayor fabricante de grúas de contenedores. La empresa china Landbridge Group, que financia el proyecto y es también una de las compañías portuarias más grandes de China, ve en la construcción del puerto un hito para la empresa y para el desarrollo de las relaciones comerciales entre ambos países. El presidente del grupo, Ye Cheng, considera que el puerto de Isla Margarita será uno de los más importantes del mundo: "El puerto de Landbridge en Asia, el puerto Landbridge en Oceanía y Panamá Colón Container Port en isla Margarita se conectarán eficientemente para explotar la cooperación marítima, contribuyendo al desarrollo económico de todos los países".

En materia de ferrocarriles, la estrategia del gigante asiático ha sido aprovechar el gran salto ferroviario del país en poco más de una década, con las líneas ferroviarias de alta velocidad que han transformado China. La construcción empezó en 2004, introduciendo tecnologías de Japón, Canadá, Alemania y Francia para diseñar de forma conjunta los trenes de alta velocidad (TAV). Durante este proceso, el país aprendió y comenzó la investigación y desarrollo propio. El TAV que conecta Beijing con Tianjin es totalmente chino. Desde 2015, desarrolló cuatro líneas verticales y cuatro líneas horizontales. Hoy ocupa el primer lugar mundial, representando un 60% del kilometraje total mundial de trenes de alta velocidad.

Los líderes chinos vienen promocionando la exportación de productos de alta

tecnología y en especial sus trenes para favorecer el desarrollo de América latina. Pero las particularidades geopolíticas, políticas y comerciales de América Latina han frenado hasta ahora la entrada del ferrocarril chino en la región.

El TAV interurbano de Buenavista, de Ciudad de México a Querétaro, que en México había sido licitado, fue cancelado posteriormente por el propio gobierno. El TAV de 472 kilómetros entre Tinaco y Anaco, en Venezuela, fue suspendido por la crisis económica de ese país. El tren bioceánico de Brasil a Perú tiene cuestionamientos ambientales.

El uruguayo Juan Notaro, directivo de Fonplata, una de las instituciones financiadoras de la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA), estima que la red ferroviaria planeada para unir puertos del Pacífico y el Atlántico y atravesar el territorio de Bolivia "podía ser el gran hub del desarrollo de los países de América del Sur". Según Notaro: "Esta obra, integrada con la hidrovía, la red de carreteras, los aeropuertos y otros medios de transporte, le imprimiría un dinamismo enorme a la economía sudamericana".

El gobierno chino ha manifestado que el Eximbank, el Banco Industrial y Comercial de China (ICBC) y el Banco de China tenían intenciones de apoyar el proyecto a través de créditos, porque China "está muy interesada" en la iniciativa de una conexión férrea bioceánica y que estaría dispuesto a financiar la obra con hasta 40.000 millones de dólares. Pero la

La construcción del Panamá Colón Container Port implica una inversión de 1.100 millones de dólares con financiación de la empresa china Landbridge Group. Basada en la ampliación del canal de Panamá y la Zona Libre de Colón (ZLC), formará parte de una red de puertos con Oceanía y Asia. La obra estará a cargo de China Communications Construction Company (CCCC), una de las empresas de construcción y diseño de puertos más grandes de China.

obra está suspendida sin visos de interés por parte de Brasil y Perú, aunque sí por los actores menores, Bolivia y Uruguay.

Aunque el despliegue de nuevos ferrocarriles es una demanda imperiosa para solventar la logística y el desarrollo regional y las fuentes de financiamiento chino están aseguradas, como señala Evan Ellis, profesor estadounidense del Instituto de Estudios Estratégicos (SSI por su sigla en inglés), que investiga las relaciones de América Latina con China y con otros actores externos como India, Rusia e Irán, señala las propias limitaciones de los gobiernos latinoamericanos para encaminar esas obras: "Aunque los gobiernos de México, Perú y Colombia quieren atraer capital chino, están atrapados en la madeja de intereses nacionales en competencia, que pueden beneficiarse de tales inversiones o verse perjudicados por ellas." Algo parecido sucede en Argentina, donde la recuperación del tren Belgrano Cargas, que cuenta con el acuerdo chino, padece los vericuetos de intereses sectoriales internos.

Panamá y Granada ya anunciaron sus planes para contar con la asistencia de China en la construcción de redes de ferrocarriles. Panamá espera lograr conectar sus trenes con la red de ferrocarriles de Costa Rica. Granada, por su parte, está estudiando una estrategia de desarrollo nacional preparada por expertos chinos. En la misma, un tren de circunvalación figura como el principal proyecto de infraestructura.

En infraestructura vial y grandes obras, la creciente presencia de empresas chinas en la región representa un importante desafío para big players de la construcción mundial como ACS, OHL y Sacyr. América Latina es su mercado bastión, en el que cuentan con cotas en torno al 30 o 50% del volumen de negocio. Pero ahora esto está cambiando. Según un estudio de EAE Business School de España, las constructoras españolas ya solo facturan 1.000 millones de euros más que las chinas, con las que ahora compiten directamente en la región.

En el transporte aéreo también se hacen visibles inversiones chinas. En el reciente llamado en Argentina para licitar nuevas

rutas *low cost*, una de las beneficiadas ha sido **Alas del Sur**, que figura como empresa argentina pero cuenta con capitales chinos para financiar su desarrollo y que prevé volar de Buenos Aires y São Paulo a Shanghai e invertir significativamente en el transporte de carga. A comienzos de este año, la aerolínea **Hainan Airlines**, con sede en la provincia insular china de Hainan, anunció su primer vuelo directo entre México y China.

La nueva ruta aérea muestra la mejora de la red de transporte entre China y América Latina. En 2008, **Aeroméxico** lanzó primero el vuelo entre Shanghai y Ciudad de México. En 2017, China **Southern Airlines** lanzó el primer vuelo chino hacia México, que despegaba de Guangzhou, hacía escala en Vancouver y aterrizaba en Ciudad de México. El vuelo de Hainan Airlines partirá de Beijing y llegará directamente a Tijuana, ciudad norteña de México, con final en Ciudad de México.

Las inversiones chinas más allá de la infraestructura de transporte

Aunque excede el propósito de este artículo de **Marco Trade Revista**, centrado en la infraestructura de transporte, vale destacar algunos números en otros sectores económicos en los que es relevante la actual inversión china en la región. Después de Asia, es en América Latina y el Caribe donde se encuentra el mayor volumen de inversión del gigante asiático. Entre 2003, cuando la inversión era aún muy baja, y principios de 2018, China ha invertido alrededor de 150.000 millones de dólares en América Latina y el Caribe.

Brasil encabeza la lista. **China ha invertido en 87 grandes proyectos valorados en 46.800 millones de dólares** en todas las principales áreas, incluyendo centrales hidroeléctricas, puertos marítimos, aeropuertos, empresas agrícolas, compañías de telecomunicaciones, hospitales, bancos y hasta ómnibus eléctricos. Además, desembarcó con inversiones de empresas como **DiDi Chuxing**, conocido como el "Uber chino", que adquirió en enero 2018 la aplicación de transporte 99, la más popular de Brasil, para expandirse desde allí a toda América Latina.



Tren chino de alta velocidad

En 2017, China ya superó a EE UU como la mayor fuente de inversión extranjera de Brasil. Los avances más significativos se dieron en la generación y transmisión de energía –State Grid adquirió CPFL en 10.800 millones de dólares, China Three Gorges Corp. adquirió Duke Energy en 1.200 millones de dólares y State Power Investment Co.-SPIC, invirtió 2.500 millones de dólares para adquirir Pacific Hydro–. A su vez, SPIC adquirió el año pasado en 2.400 millones de dólares la hidroeléctrica de San Simón.

Lo sigue **Perú**, con fuertes inversiones en el **sector minero** (cobre y ots), en el que China acapara el 35% de las inversiones mineras del país. El 60% del cobre peruano tiene como destino el país asiático. Perú es uno de los pocos países de la región que cuenta con un TLC con China y 18 convenios bilaterales. Las inversiones chinas superan los 20.000 millones de dólares.

Argentina también ha sido un destino importante de las inversiones chinas, en petróleo, ferrocarriles, paneles solares, energía eólica, campos de cereales y soja, cultivos de frutas, haciendas de ganado y empresas semilleras y de fertilizantes. **En mayo de 2017, ambos países firmaron acuerdos por 17.000 millones de dólares para proyectos que deberán estar en marcha antes de que finalice 2018.** Incluyen la construcción de dos centrales nucleares,

la recuperación de los trenes San Martín y Belgrano Cargas y la construcción de una planta solar en Jujuy. Ese monto de inversión no incluye los 5.000 millones de dólares de dos centrales hidroeléctricas ya pactadas en 2015. La empresa China Railway Stock Company (CRRC) manifestó a fines de 2016 su intención de instalarse en el país para fabricar locomotoras y vagones. La empresa ya proveyó a la Argentina de 704 trenes eléctricos que renovaron la flota metropolitana.

Chile merece un párrafo aparte. Allí las inversiones tardaron en llegar pero, entre el cierre de 2017 y comienzo de 2018, las empresas chinas concretaron tres o cuatro operaciones importantes. **Sigdo Koppers y China Railways Group** generaron una alianza para unir por tren Santiago de Chile y Valparaíso, en una inversión de 1.600 millones de dólares. El gigante **Yanghe**, filial del Grupo Jiangsu Yanghe Deshtillery, compró el 12,5% de Viña San Pedro Tarapacá en 65 millones de dólares. El 27,8% de Brookfield Asset Management en ETC Transmission Holdings, matriz de Transelec, fue vendida por 1.300 millones de dólares a **Southern Power Grid**. Y la china **Tianqi Lithium**, en Nueva York, compró una participación del 24% en la chilena SQM, una de las mayores productoras mundiales de litio, por alrededor de 4.300 millones de dólares.

También son muy fuertes las inversiones en **México**, sobre todo en extracción pe-

FOTO: WWW.PIXABAY.COM

trolera y ensamblaje de vehículos. **Huawei Diseño**, empresa de manufactura y venta de equipos de telecomunicaciones, tiene plantas en Guadalajara y Querétaro, con una inversión de 1.500 millones de dólares y **Risen México**, compañía de paneles solares, luces LED e instalación de plantas fotovoltaicas, ha invertido en Durango 600 millones de dólares.

Sin embargo, a pesar de que México es el primer socio comercial de China en América Latina y China es el segundo socio comercial de México a nivel mundial, ninguno ha descifrado aún cómo aprovechar al máximo su potencial. Sin duda, las relaciones sino-mexicanas tropiezan con la dependencia de México con EE UU y su participación en el TLCAN. De todos modos, la estatal China National Offshore Oil Corporation (CNOOC) planea invertir cerca de 8.000 millones de dólares en operaciones petroleras en México durante los próximos 30 años.

En **Ecuador** ya se han instalado un centenar de empresas chinas, que han construido a partir de 2010 siete de las ocho grandes hidroeléctricas con las que el país pretende dejar de depender del petróleo. A ello se agregaron grandes construcciones para controlar las inundaciones en áreas productivas, ocho hospitales, tres universidades, cientos de escuelas del milenio (prefabricadas) y decenas de carreteras, túneles y puentes, además de grandes inversiones en minería y telecomunicaciones. Se calcula que las inversiones alcanzan los 11.300 millones de dólares.

Venezuela, país con la posibilidad de atender la demanda de crudo chino, recibió inversiones gigantescas por más de 60.000 millones de dólares en infraestructura, petróleo y viviendas, que ahora enfrentan el riesgo de derrumbe de Maduro y su régimen. La construcción del proyecto de ferrocarril de alta velocidad entre Tinaco y Anaco, de longitud total de 472 kilómetros, fue abandonado. Las empresas chinas se retiraron de Venezuela debido a la crisis política, que incluso ha derrumbado las posibilidades de que el país siga atendiendo sus compromisos petroleros con China a través de la estatal PDVSA operando en mínimos históricos. Para **Colombia**, el crecimiento inversor

chino se hace visible a partir del proceso de paz. En los últimos dos años, las empresas chinas radicadas en el país pasaron de 20 a 70. Huawei es el precursor, ya que está en el país desde hace 17 años. China está invirtiendo en aeropuertos, en el puerto colombiano de Buenaventura, el principal en el Pacífico y en varios proyectos de desarrollo agrícola.

Uruguay tiene presencia china en los sectores automotriz, de productos químicos, combustibles, tecnología y agroindustria.

En **Bolivia**, el gobierno de China ha realizado inversiones a partir de 2016, en proyectos de minería (hierro del Mutún), infraestructura aeroportuaria y construcción de carreteras por un monto de 4.858 millones de dólares. Hay 60 empresas chinas operando en grandes proyectos en el país. Las obras contratadas ya equivalen a más de 7.000 millones de dólares. Las compañías chinas han construido en todas las regiones del país decenas de carreteras con una extensión que supera los 1.300 kilómetros, vías que han sentado una base sólida para la mejora de la infraestructura de transporte y el proceso de industrialización del país.

En el **Caribe y América Central**, hay importantes inversiones en **Cuba**, en infraestructura, telecomunicaciones y turismo. En **Jamaica** se invirtió en la construcción de una Zona Económica Especial, un parque industrial y el Westmoreland Bridge. En **Trinidad y Tobago** el foco de las inversiones es la infraestructura, en **Guyana** la minería, en **Barbados** el turismo y en **Bermuda** la industria automotriz.

La nueva Ruta de la Seda muestra a una China asumiendo el rol global de "Estado responsable", dispuesto a liderar un gigantesco espacio territorial de intercambio y desarrollo pacífico.

Beijing es ya el segundo o tercer socio comercial de América Central. Empresas chinas realizan obras de infraestructura en **Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá** y existen planes de inversión en **El Salvador y Guatemala**. El gigante asiático tiene un TLC con Costa Rica y está en proceso un acuerdo similar con Panamá.

La presencia de China estuvo limitada cuando el principal vínculo de América Central con Asia era Taiwán, considerada por los chinos como "la provincia rebelde" que, con apoyo de EE UU, refugió a las tropas que habían perdido su enfrentamiento con Mao. En la medida en que tres países de la región –Costa Rica, Panamá y República Dominicana– rompieron relaciones con Taiwán, las inversiones chinas han comenzado a llegar.

En **República Dominicana** se prevé la construcción de la red ferroviaria que enlazará con el proyecto de restauración y construcción de puertos y aeropuertos, así como la conversión de la red eléctrica por energías alternativas. En **Panamá**, China está desplegando todo su potencial de cooperación, porque posee especiales condiciones para convertirse en la entrada de empresas chinas a la región: el Canal Interoceánico, un importante sistema financiero con un centenar de bancos y una economía dolarizada.

Tanto la región como Panamá son interesantes e importantes para China. Así lo señaló el embajador chino **Wei Qiang** en la CELAC: "**Panamá es una bisagra del transporte, comercio y logística en la región latino-americana en la que China está interesado**".

La nueva Ruta de la Seda es un proyecto de enorme trascendencia estratégica, que muestra a una China asumiendo el rol global de "Estado responsable", dispuesto a liderar un gigantesco espacio territorial de intercambio y desarrollo pacífico. **Los gobiernos y las sociedades de Iberoamérica deberían poder sumarse a esta iniciativa, para contribuir a la construcción de un orden internacional marcado por la cooperación y la búsqueda –como señaló el presidente Xi Jinping– de un "mundo más armonioso". ●**

An all-around International Trade platform

Global Selling
Global Sourcing



The 124th China Import and Export Fair International Pavilion

phase 1: Oct. 15-19, 2018

phase 3: Oct. 31-Nov. 4, 2018

www.cantonfair.org.cn/international/



Electronics & Household
Electrical Appliances



Building Materials &
Hardware



Machinery Equipment



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



Litio: mitos y verdades de uno de los minerales más codiciados

En todo el mundo se especula sobre cómo se desarrollará el mercado del litio por su uso en baterías recargables. Un minucioso análisis de las ideas más extendidas acerca de un elemento cada vez más relevante en la industria automotriz y la tecnología.

Por Antonio López Crespo

Entre todos los fenómenos que sacuden la realidad económica global, la aparición del litio como recurso de importancia estratégica y demanda creciente en el mundo ha disparado una serie de ideas y mitos que es necesario contrastar con la realidad.

1. Es un recurso de importancia estratégica

Sí. Tiene una particular relevancia entre los minerales en el mundo desde el punto de vista del análisis geopolítico, debido a su uso en las baterías recargables de casi todos los dispositivos electrónicos portátiles que conforman nuestro modo de comunicarnos pero también nuestra forma de producir: teléfonos celulares, computadoras, cámaras fotográficas y de video, entre otros. Además, reemplaza materiales contaminantes y nocivos para la salud, como el Niquel-Cadmio (NiCd) y otros, permite reducir costos de producción y contribuyó a establecer una tecnología superior. Es un material ecológicamente más limpio que los que

habían sido utilizados antes y la producción de baterías recargables de litio y litio-ion se ha convertido en la tecnología dominante en el mercado mundial.

Su crecimiento fue un estallido. Entre 1996 y 2005, el consumo de litio en baterías de teléfonos celulares se multiplicó 94 veces (de 1,8 a 170 toneladas); la fabricación de baterías recargables de computadoras portátiles se incrementó en 3000% (de 3,3 a 99 toneladas) y, en esos mismos 10 años, la importación de computadoras portátiles creció 1200%, y la importación de cámaras digitales, un 5600%.

Solo eso pondría de relieve la importancia estratégica del litio. Pero hay mucho más. El armamento nuclear, las aplicaciones espaciales y la industria farmacéutica usan litio. Entre los muchos otros sectores que dependen del suministro de litio, las cerámicas y vidrios representan el 20% de su uso mundial, grasas y lubricantes el 13%, los cementos, adhesivos, colorantes y esmaltes el 10%, la metalúrgica el 7%.

FOTO: WWW.PIXABAY.COM

Desde hace tiempo, importantes expertos vienen anticipando que, en los próximos 40 o 50 años, el mundo agotará sus reservas de petróleo y que ello impone encontrar fuentes alternativas para el transporte. La solución encontrada ha sido la generación de vehículos híbridos o eléctricos que funcionan a base de una batería de litio. Pero la importancia de este mineral no se puede medir tan solo por su capacidad de proveer energía para sustituir la escasez futura de petróleo, sino por su aporte decisivo a la transformación de la producción y la comunicación mundial.

2. Es un mineral escaso y por eso se incrementa su precio

No. De hecho, es un elemento muy abundante. Ocupa el puesto 27 entre los minerales más abundantes del planeta, pero es difícil hallarlo puro. Se encuentra adosado a otros 150 minerales y está distribuido de manera desigual. Hay países con gigantescas reservas, como Bolivia o Chile, países con reservas importantes como Argentina, China o Australia, y un sinnúmero de países que cuentan con reservas de menor significación. Solo en tierra, se estima que los recursos de litio mundiales rondan los 40 millones de toneladas. Y el litio que se encuentra en el mar podría significar otras 230 millones de toneladas más. Algunos países de alta demanda, como Corea, ya realizan investigaciones y experiencias para lograr su extracción marina.

3. La puna de Atacama, o "triángulo del litio", es considerada la Arabia Saudita del litio

Cierto. La revista estadounidense Forbes y la BBC se disputan el hecho de haber denominado por primera vez de esa manera a un vasto territorio de desierto en la puna andina, que comparten Bolivia, Chile y Argentina, donde se encuentran las mayores reservas del planeta. Los vértices de ese triángulo son el salar del Hombre Muerto en Argentina, el salar de Uyuni en Bolivia y el salar de Atacama en Chile. Se trata de salares en altura, a 4.500 metros sobre el nivel del mar, precisamente en la región

El precio del litio, en imparable ascenso

Año	Precio en dólares por tonelada métrica	Var. anual %
2018 (est)	16.500	52%
2017	10.838	45%
2016	7.475	13%
2015	6.500	22%
2014	5.050	13%
2013	4.390	4%
2012	4.220	8%
2011	3.870	-12%
2010	4.350	-4%
2009	4.530	2%
2008	4.440	20%
2007	3.530	34%
2006	2.320	37%
2005	1.460	-18%
2004	1.720	10%
2003	1.550	-3%
2002	1.590	0%

El litio se ha convertido en una de las materias primas más buscadas del mundo. Su precio sigue un ascenso imparable y en los últimos años se ha duplicado, frente a las grandes perspectivas de crecimiento de la producción de vehículos eléctricos y al incremento de la demanda.

En 2016 se cotizaba a 7.475 dólares la tonelada, en 2017 a 10.838 y para este año se calcula que promedie los 16.500. Sin embargo, se están realizando operaciones a 18.600 dólares la tonelada de carbonato de litio, como reconoce Juan Carlos Montenegro, gerente ejecutivo de la empresa pública YLB.

Analistas de Morgan Stanley consideran que, a mediano plazo, el exceso de oferta de litio podría hundir su precio en los mercados globales y pronostica que el valor del carbonato de litio puede caer hasta un 45% para 2021 (de los 13.375 dólares por tonelada que se proyectan para este año caería a 7.332 para 2021 y luego se estabilizaría en alrededor de 7.030). Y fundamenta su estimación en que el crecimiento del mercado de los autos eléctricos será "insuficiente" para absorber la sobreoferta de litio.

Sin embargo, expertos en litio consideran que ese tipo de pronósticos puede estar sesgado por movimientos especulativos, ya que se trata de una materia prima en la que se ponen en juego grandes intereses. Para muchos, las proyecciones de Morgan Stanley no toman en cuenta el verdadero comportamiento del mercado, donde no se avizora una sobreoferta.

Héctor Córdova, ex presidente de la Comibol, considera: "La oferta no va a cre-

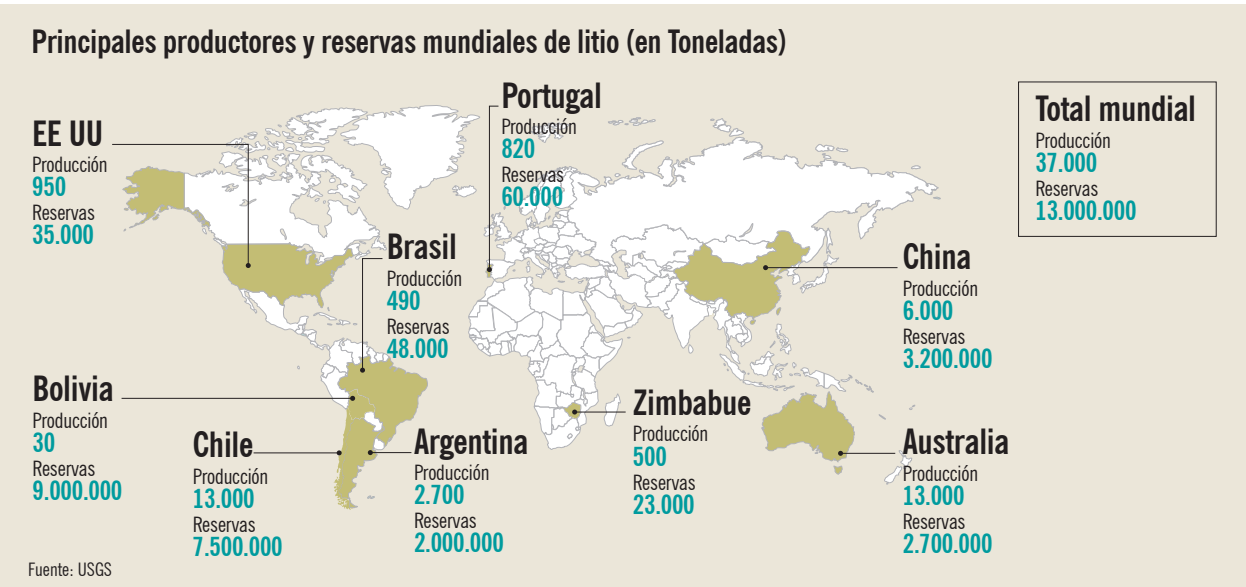
cer tan rápido. El negocio del litio es complicado, el proceso para obtener productos con la calidad que exigen las baterías de litio tiene sus dificultades. En ese sentido, no creo que haya una sobreoferta. Por otro lado, la demanda sigue expandiéndose. China definió que, para 2025, el 20% de sus vehículos sean híbridos y está pensando descartar la producción de vehículos a gasolina". Tal escenario haría muy dificultosa una situación de sobreoferta.

Córdova considera que, si bien es cierto que el ingreso de Bolivia, mayor poseedor de reservas, a la industria del litio, puede generar un desequilibrio entre la oferta y la demanda, el precio logrará estabilizarse. Sin embargo, lo haría solo a corto plazo, ya que la tendencia es que siga subiendo, empujado por una demanda creciente.

Para el economista Juan Carlos Zuleta, analista de la cadena de litio, el escenario proyectado por Morgan Stanley requiere un análisis más profundo, por tratarse de un mercado relativamente complejo: "La venta de vehículos eléctricos está creciendo con China como líder.

El cálculo de la demanda de carbonato de litio equivalente a partir de las ventas de vehículos eléctricos no es automático, requiere tomar en cuenta varios otros factores".

En Chile, sin nombrar directamente a Morgan Stanley, SQM contradijo los argumentos que el banco de inversiones presentó sobre una probable caída del precio de litio y enfatizó que no ve una tendencia negativa en el precio en los próximos años.



de la puna de Atacama. Las mediciones de las reservas que alberga son imprecisas y dependen de las fuentes consultadas. Curiosamente, la mayor reserva mundial que posee Bolivia, con unos nueve millones de toneladas métricas, no figura en los reportes del Servicio Geológico de los EE UU (USGS por su sigla en inglés) porque aduce que, como las reservas han sido declaradas del Estado boliviano, no pueden incorporarse como disponibles en el mercado.

Una estimación muy difundida y errónea establece que en ese triángulo están el 85% de las reservas globales. Bolivia, Chile (7,5 millones de toneladas métricas) y Argentina (dos millones), compondrían un 50% del total del litio mundial, si se excluyen las reservas de Afganistán (entre nueve y 10 millones), que se consideran inexplotables por la caótica situación de ese país y su carencia de infraestructuras para hacerlo de forma rentable.

Argentina, Bolivia y Chile poseen entre el 70% y el 80% de "las reservas mundiales de fácil extracción". De allí provienen los errores de información. El carbonato de litio en esos países se encuentra en mesetas altas y en zonas desérticas, donde lagunas y lagos se secaron. Atacama –uno de los lugares más secos el planeta– tiene la particularidad de pro-

ducir un carbonato de litio más fácil y más económico de operar que el mineral de litio que se encuentra en Australia, Brasil o Zimbabwe.

A nivel mundial, las mayores reservas, tras Bolivia y Chile, son de China (3,2 millones de toneladas métricas), Australia (2,7 millones) y Argentina. Otros países tienen reservas menores, como Portugal (60.000 toneladas métricas), Brasil (48.000), EE UU (35.000) y Zimbabwe (23.000).

4. La demanda de litio no seguirá el ritmo de la producción, habrá sobreoferta y el precio se derrumbará

Es uno de los mitos más difundidos, pero es erróneo. Para la publicación especializada en información sobre minerales en el mercado de las baterías Benchmark

A nivel mundial, las mayores reservas, tras Bolivia y Chile, son de China (3,2 millones de toneladas métricas), Australia (2,7 millones) y Argentina.

Mineral Intelligence, el precio del carbonato de litio ha tenido un fuerte incremento durante los últimos tres años –lo que ha representado, sin duda, un gran beneficio para los principales productores mundiales– y a partir de 2018 podría producirse una lenta normalización, pero no una caída. Para el banco de inversiones Morgan Stanley, en cambio, el litio sufrirá una caída del 45% entre 2020 y 2025.

Benchmark entiende que el aumento sostenido refleja la proyección de una mayor demanda, fundamentalmente asociada al desarrollo de soluciones de almacenamiento de energía, como las baterías para vehículos eléctricos y por factores coyunturales, como el subsidio del gobierno chino a la industria de los buses impulsado con esas baterías.

Los analistas de Morgan Stanley creen que la adopción de autos eléctricos no será tan rápida. Por lo tanto, la mayor producción de autos eléctricos no será "suficiente" para compensar la creciente oferta de litio proveniente de Chile y otros productores en crecimiento como Argentina, mucho menos cuando Bolivia se incorpore a la producción. Con esos argumentos es que proyectan la merma del 45%.

Aparte de que Morgan Stanley no es un analista inocente sino un fuerte jugador



Auto híbrido Polestar 1

mundial en el duro mercado de las materias primas, con intereses muy significativos en infinidad de sectores –entre ellos petróleo–, **existen otros análisis que estiman que la incorporación del auto eléctrico será disruptiva para la industria automotriz que no se adapte.**

Por ejemplo, automotrices tradicionales, como Volvo, se comprometieron públicamente a que, desde 2019, solo fabricarán autos eléctricos o híbridos y abandonarán los motores de combustión a nafta. Varios otros grandes fabricantes de coches están en el mismo camino. A ello se suma el anuncio de China de que, desde 2025, al menos uno de cada cinco de los autos salidos de sus fábricas funcionará en base a electricidad, lo que puede contradecir los pronósticos de Morgan Stanley.

5. China marca el camino

Cierto. Li Shufu, dueño del *holding* Geely –además de Volvo, Polestar, Lotus, Proton (un fabricante de autos en Malasia), Lynk, de las líneas de vehículos comerciales Levc (la marca de los taxis de Londres) y Yuan Cheng, de Cao Cao (movilidad asistida tipo Uber), Qjiang (motos Keeway, Benelli, entre otras), y hasta de Terrafugia, una *startup* de automóviles voladores– se convirtió, en marzo pasado, en el mayor accionista de

coches está en los motores sin emisiones, en la conectividad inteligente, pero también en nuevas tendencias como la economía colaborativa”.

Es que el coche eléctrico vive un *boom* en China, donde el Gobierno está impulsando la implantación y fabricación de este tipo de vehículos. En 2015, siempre según los datos del informe de la Agencia Internacional de la Energía (IEA por su sigla en inglés), circulaban por el país asiático 312.770 coches eléctricos, pero en 2016 esa cifra se había duplicado, llegando a los 648.770 vehículos.

Dentro de la categoría de coches eléctricos, la IEA incluye solo los turismos con batería eléctrica y los híbridos enchufables, dejando fuera los de dos ruedas y los autobuses. En esos dos sectores, China también está a la cabeza a nivel mundial, con más de 200 millones vehículos eléctricos de dos ruedas y más de 300.000 autobuses eléctricos. “China es de lejos el líder mundial en la electrificación del transporte”, indica el informe de la IEA.

La elección del presidente Xi Jinping y su consolidación en el poder jugarán un papel muy importante en la determinación de las tendencias mundiales a favor de la transición hacia una energía limpia más rápida, por su cerrada defensa de una "civilización ecológica". **China no solo representa más del 40% de la inversión mundial en vehículos eléctricos sino también un tercio de la nueva energía eólica y solar fotovoltaica del mundo.**

El año pasado, China superó a EE UU como el país con el mayor mercado de vehículos eléctricos, con 40% del total mundial. Ambos países, junto con Europa, conforman los tres principales mercados, totalizando más del 90% de todos los vehículos eléctricos vendidos en todo el mundo, según el estudio "Perspectiva Global EV", de la IEA.

Según otro informe de la IEA, ya en 2016 circulaban por el mundo 2.000.000 de coches eléctricos –60% de ellos en China y EE UU–, una cifra que duplica la del año anterior pero que tan solo supone el 0,2% de cuota total de mercado. La tendencia es claramente creciente en el mundo, pero en

especial en los tres gigantes que dominan el mercado.

En otros países, la adopción de los vehículos eléctricos ha ido en aumento. Un ejemplo es Noruega, donde la participación de coches eléctricos respecto al total del parque vehicular ha alcanzado cifras del 6,4 % con la expectativa acrecentarse en los próximos años. La tendencia a nivel mundial hace prever que en 2020 el parque vehicular eléctrico se coloque entre los nueve y 20 millones de unidades, y entre 40 y 70 millones para 2025.

6. Hay una carrera por el litio

Sí. En ese contexto, las automotrices han desatado una verdadera "guerra" por asegurarse el futuro suministro de litio. Nuevos proyectos de expansión de grandes productores podrían estar agregando unas 500.000 toneladas por año al abastecimiento global para 2025. Pero el precio del "oro blanco" no ha hecho más que crecer de manera imparable, siguiendo la demanda de materias primas para baterías de autos eléctricos, como litio, cobalto y otros. Debido a que grandes economías como China, Francia, Alemania e Inglaterra apuntan a que todo su parque automotor sea de este tipo entre 2025 y 2040, la demanda del litio parece asegurada en las condiciones de la tecnología actual, que utiliza unos cinco kilos de este metal por cada auto, el equivalente a lo que se necesita para hacer funcionar 17.000 iPhones.

El gobierno británico anunció que prohibirá la venta de nuevos automóviles y furgonetas de gasolina, *diesel* e incluso híbridos a partir de 2040. Las previsiones del gobierno chino son aún más cercanas, por lo que las automotrices tratan, por un lado, de asegurarse el suministro y, por otro, avanzar en investigaciones que permitan reducir el uso futuro del litio o incrementar el rendimiento de sus baterías.

Debe tenerse en cuenta que también se necesita litio para las baterías que almacenan energía proveniente de fuentes renovables, como solar o eólica, un sector que también está protagonizando una extraordinaria expansión.

El pasado año, las mayores contribu-

ciones a la producción global salieron de las minas de Australia (40%), Chile (33%) y Argentina (16%). Los dos países sudamericanos se están preparando para convertirse en los **mayores proveedores globales** de litio, que experimenta una explosiva demanda mundial, pese al informe pesimista de Morgan Stanley.

La batalla por el suministro apunta al "triángulo de litio" sudamericano, porque es el lugar con el menor costo para producir el componente para baterías. Sin embargo, persisten obstáculos políticos, en especial en Bolivia, donde el gobierno pretendía hacerse cargo directo de la explotación. Ese camino se ha desandado seleccionando a la empresa alemana **ACI Systems** como socio estratégico de la empresa estatal Yacimientos de Litio Bolivianos (YLB) para industrializar el litio boliviano.

Pero también existen algunas dificultades de ese orden en Chile y Argentina. Pese a que sus gobiernos alientan la llegada de inversiones para la extracción de litio, hay una marcada vocación a ambos lados de la cordillera para agregar valor al litio disponible. En Chile, por ejemplo, el gigante chino **Tianqi** tuvo la oposición de los reguladores de la competencia a la compra de una participación en la empresa local **Sociedad Química y Minera de Chile (SQM)**, la mayor productora de la región, lo que fue solucionado posteriormente por las autoridades chilenas.

La situación complica el camino para que firmas japonesas y surcoreanas ingresen a la región sin hacer grandes inversio-

Debido a que grandes economías como China, Francia, Alemania e Inglaterra apuntan a que todo su parque automotor sea eléctrico entre 2025 y 2040, la demanda del litio parece asegurada.

nes. Esas empresas han dependido en gran medida del suministro sudamericano y han creado relaciones duraderas. Pero en el último año han tenido que salir de su zona de confort, ya que China se embarcó en una serie de pactos en otras partes del mundo, impulsada por las cuotas gubernamentales para la venta de vehículos eléctricos. **Panasonic, Samsung y otras firmas centradas en contratos de suministro a largo plazo se encuentran a la zaga de los chinos, que buscan agresivamente activos en lugares como Australia, Canadá y África, incluso con la compra de yacimientos propios.**

Las compañías surcoreanas y japonesas buscan asegurarse el suministro, pero apenas entran en nuevos desarrollos de litio en la región, pese a su facilidad de extracción. La japonesa **Panasonic** comunicó que trabaja para "asegurar el suministro estable de materiales para baterías, a través de pasos como el abastecimiento directo de materias primas y diversificación de los canales de abastecimiento", pero sin comentar sobre regiones específicas.

Solo la automotriz japonesa **Toyota**, de largo arraigo en Argentina, invirtió en un proyecto litio en el país. En febrero pasado, una delegación de decenas de compañías japonesas viajó a Buenos Aires en busca de proyectos de minería y energía y recorrieron las provincias que albergan la mayor parte de las reservas de litio de Argentina.

China, posiblemente el líder en la carrera global por los insumos para baterías, ha sumado con éxito recursos en otras partes del mundo, pero sus esfuerzos se han visto limitados en el "triángulo". Aún así, los fabricantes de autos y baterías de Corea del Sur y Japón están muy detrás de China en la competencia.

Panasonic, Samsung y otras firmas centradas en contratos de suministro a largo plazo se encuentran por detrás de los fabricantes chinos, que buscan agresivamente activos también en otros lugares, como Australia, Canadá y África, incluyendo la compra de yacimientos propios.

La "batalla" por el litio en la región recién acaba de comenzar y será especialmente cruenta. ●

Spain Connection Network

Nuestra red de corresponsales en el mundo con especial énfasis en América Latina.

Asesoramiento a empresas que buscan establecerse en España

Nuestra compañía puede asesorarlo y gestionar todo el proceso para que la implantación de su empresa se ajuste a todos los requisitos y parámetros requeridos en el entorno de negocios español.

Compra de compañías en España

Asesoramiento e intermediación en la compra venta de empresas enmarcadas en el segmento del Middle Market (pequeñas y medianas empresas).

Inversiones inmobiliarias extranjeras en España

Realizamos todas las gestiones para que empresas (personas jurídicas) y personas con domicilio fuera de España, pueden adquirir bienes inmuebles radicados en territorio nacional.

Agencia internacional de compras y facilitación de negocios

Seleccionamos proveedores españoles de insumos y bienes terminados. Nos encargamos de la gestión de compra y de todo lo necesario para facilitar la operación.

SPAIN
CONNECTION
ADVISORS

María de Molina 38, 8 28006 Madrid, España | Tel:+34 91 532 29 35 | Fax:+34 96 823 11 96
info@spainconnectionadvisors.com | www.spainconnectionadvisors.com



Puerto de Cartagena, un corazón vibrante de 3.000 años

 Enclave estratégico de la región murciana, tiene una intensa relación con todos los puertos mediterráneos y constituye la entrada del turismo internacional. De la mano de su nuevo presidente, busca consolidarse como cuarto puerto estatal.

Por Antonio López Crespo

Si hay algo que define al puerto de Cartagena es su natural abrigo y su posición geoestratégica en el corazón de la Europa mediterránea. Hay un dicho tradicional, que Pascual Madoz recoge en su *Diccionario geográfico-estadístico-histórico de España*: "Puertos seguros son Cartagena, junio y julio". Nada más hace falta expli-

car, para hablar de las especiales condiciones de este puerto tri-milenario.

Su excelente clima, las bondades de sus tierras circundantes y la excelencia de su puerto natural fue la atracción –muchas veces fatal– que convocó a sus costas a fenicios, púnicos y romanos, entre otros, casi siempre dispuestos a quedarse. Ellos fueron causantes, no solo de riqueza comercial y generosas cosechas, sino, a menudo, de saqueos, guerras, hambrunas y abandonos.

De ese tránsito por Cartagena, a través de 3.000 años, sus orgullosos habitantes

El 60% de la exportación y el 80% de las importaciones de la Región de Murcia se realizan a través del puerto de Cartagena.

Más del 40% del turismo que recibe Cartagena lo hace a través de su puerto.

dicen que "no existirá tierra más pisada, más trillada y más castigada", pero que siempre se levanta sobre sus ruinas. Toda su historia ha estado ligada al mar y, como él, a un incesante flujo de idas y venidas.

La historia del puerto y la de la ciudad han ido siempre juntas. Ya en tiempos de los romanos, el puerto de Cartago Nova contribuyó al esplendor de la ciudad, manteniendo una importante actividad comercial de importación y exportación de mercancías con África y Roma, y proporcionando, en el terreno militar, el principal depósito de guerra para las expediciones de represión y conquista romanas.

Su uso militar estuvo a menudo presente, por su ubicación estratégica. En la época bizantina, el puerto de Cartagena y su arsenal fueron claves en las operaciones militares entre las fuerzas del Imperio y los visigodos. El resurgimiento de la ciudad, bajo dominación árabe, entre los siglos VIII y XIII, también está asociada con el arsenal de Mandarache, el puerto y sus astilleros, que sirvieron a los musulmanes para preparar sus expediciones de lucha y conquista por todo el mar Mediterráneo.

Su localización geoestratégica privilegiada ha consolidado al puerto de Cartagena como puerto de intenso comercio y de re-

FOTO: JOHN HUGHES



ferencia en el sureste español, como posición clave en las rutas de comunicación entre el océano Atlántico y el mar Mediterráneo, entre Europa y África y, en las rutas continentales, entre América, Europa y Asia. Eso lo convierte en una de las entradas naturales al continente europeo.

El puerto de Cartagena, situado en la Comunidad Autónoma de Murcia, está a 49 kilómetros de la ciudad del mismo nombre, que es la cabecera administrativa y política de la región. Es además capitania de la provincia marítima de Cartagena y está gestionado por la Autoridad Portuaria de Cartagena, un organismo público dependiente de Puertos del Estado (Ministerio de Fomento de España).

Es el cuarto puerto a nivel nacional en tráfico de mercancías detrás de Algeciras, en Cádiz, Valencia y Barcelona y por delante de Tarragona, Bilbao o Huelva. Ocupa el octavo lugar en relación al número de cruceros. El 60% de la exportación y el 80% de las importaciones de la Región de Murcia se realizan a través del puerto de Cartagena. Más del 40% del turismo que recibe Cartagena lo hace a través de su puerto.

Abierto al mundo

El puerto de Cartagena mantiene líneas regulares con los cinco continentes. Por su proximidad, tiene un intenso tráfico con el norte de África y el resto de ese continente, con presencia semanal de Hapag Lloyd, Maersk Line y cada tres días de

MSC, línea que también lo conecta con Senegal, Guinea, Costa de Marfil, Camerún, Angola y Namibia y con la mismas frecuencia con Sudáfrica, Mozambique, Tanzania, Madagascar, Sudán y Yibuti.

Por su ubicación, tiene una intensa relación con todos los puertos del mar Mediterráneo, a través de las mismas líneas regulares, y con el norte de Europa y los países bálticos a través de MSC cada tres días, OPDR Hamburg cada semana y Sloman Neptun cada quincena.

América está presente de manera constante en la actividad de Cartagena. Con las tres grandes navieras, MSC, Hapag Lloyd y Maersk Line, cubre el tráfico con EE UU y Canadá y las dos últimas unen Cartagena con América Central y el Caribe cada semana. Con los países del Mercosur, el vínculo de Cartagena es in-

El puerto de Cartagena se ha propuesto fortalecer especialmente sus vínculos con Asia-Pacífico, el área de intercambio comercial más dinámica del mundo.

tenso a través de MSC cada tres días y de Seatrade, LauritzenCool y Maersk Line cada semana.

El puerto de Cartagena se ha propuesto fortalecer especialmente sus vínculos con Asia-Pacífico, el área de intercambio comercial más dinámica del mundo. Hapag Lloyd y Maersk Line tienen, una frecuencia semanal y MSC cada tres días, la misma frecuencia con que atienden el tráfico con Australia y Nueva Zelanda, en Oceanía.

Para sostener esa intensa actividad, Cartagena posee dos dársenas: la dársena de Cartagena y la dársena de Escombreras, separadas entre sí por una distancia de cinco kilómetros por carretera y 1,5 millas por mar. En la primera se realizan los tráficos de mercancía general, contenedores y cruceros turísticos. Y en la segunda se ubican los tráficos de graneles líquidos y sólidos.

En los terrenos de la dársena de Cartagena se encuentran: la terminal de cruceros, el puerto deportivo, el Muelle Alfonso XII, las instalaciones pesqueras, la terminal de contenedores (Muelle de Sta. Lucía -ISO 9001) y la terminal de mercancía general (Muelle de S. Pedro - ISO 9001).

En la dársena de Escombreras están la terminal de graneles sólidos (ISO 9001), el Muelle Príncipe Felipe Sur, el Muelle Príncipe Felipe Oeste, el Muelle Isaac Peral, la terminal de inflamables, el Muelle Príncipe Felipe Norte, el Dique-Muelle Bastarache, el Muelle Maese, el Pantalán y Espigón, el atraque sureste y el atraque de metaneros. En sus terrenos se incluye todo el entorno industrial que comprende la central térmica de Escombreras, la GDF Suez Cartagena Energía y la Central térmica de Cartagena-Gas Natural.

Proyecto de ampliación de El Gorguel

La Autoridad Portuaria de Cartagena (APC) se ha propuesto la ampliación del complejo portuario con la construcción, en el tramo costero que rodea a la playa de El Gorguel, de una nueva terminal de contenedores y otra polivalente para mercancía general, además de una zona de actividades logísticas.

De este modo, el puerto pretende permitir el crecimiento del complejo, cuyo última ampliación fue en el ámbito de

la dársena de Escombreras. El proyecto supone la construcción de un dique de abrigo de 3.985 metros de longitud y una ganancia al mar de 190 hectáreas de superficie útil.

La propuesta cuenta con el respaldo del gobierno de la comunidad autónoma y está incluido en el Plan Estratégico de la Región de Murcia como una obra clave para el desarrollo económico de la región. Pero está bajo estudios ambientales y económicos, por reclamos de grupos ambientalistas que piden la regeneración de la bahía de Portmán, en el entorno de El Gorguel.

Por otra parte, el puerto ha firmado un convenio con el Colegio Oficial de Economistas de la Región de Murcia para evaluar los efectos económicos y sociales del nuevo puerto intermodal de Cartagena, así como su incidencia en la competitividad empresarial, el aumento de productividad derivada de su mayor capacidad de carga y descarga, su rol de foco de atracción de nuevas inversiones para empresas logísticas y de nueva transformación, las oportunidades para la creación o ampliación de empresas en el recinto portuario y el impacto positivo del nuevo puerto en la creación de empleo.

La construcción de la nueva dársena aumentará la capacidad para el tránsito de contenedores, superando los dos millones de TEUs por año. Además, el proyecto incluye la creación de una zona de actividades logísticas en el valle del Gorguel, con un total de dos millones de metros cuadrados, y la habilitación de accesos terrestres por carretera y ferrocarril en un recorrido de cuatro kilómetros, que incluirán la apertura de un túnel de unos 500 metros para atravesar la Sierra de la Fausilla.

En la actualidad, la actividad intensa del puerto se refleja en sus números, que en todos los casos muestra signos positivos respecto del movimiento del año anterior. En 2017, en graneles líquidos (27.268.412) 8,95% más, graneles sólidos (5.829.615) 9,89% más, mercancía general (1.547.089) 10,97% más. Convencional: 310.834 39, 40% más y en contenedores: 1.236.255 Teus, 5,56% más. El total de la mercadería movida por el Puerto de Cartagena en 2017 fue por

tanto de 34.645.116 con un incremento interanual de 9,19%.

La relevancia del puerto de Cartagena para la Región de Murcia se hace visible en las exportaciones que ha facilitado a través de su operatoria. Las exportaciones de la región alcanzaron su máximo histórico con casi 10.500 millones de euros durante 2017, con un aumento interanual del 137,06%.

El año pasado año hubo 4.999 empresas que llevaron sus productos a los mercados internacionales, alcanzando así otro de los objetivos fijados en el Plan de Promoción Exterior que coordina el Instituto de Fomento.

La puerta del turismo internacional

Para la región, Cartagena se ha convertido en los últimos años en una importante puerta para el turismo internacional, que recibe unos 200.000 cruceristas al año, todavía por debajo de Valencia o Cádiz.

Siendo uno de los mayores puertos comerciales e industriales de España, gracias a su dársena de Escombreras, desde hace una década comenzó a despuntar en el mercado de los cruceros de placer a través de su dársena de Cartagena.

Ya en 2008 había sido reconocido en los premios internacionales Seatrade Insider Cruise Awards, que distinguen los mejores puertos de cruceros del mundo, como uno de los puntos de destino para transatlánticos más destacados, solo superado por Malta. En 2012, Cartagena volvió a quedar finalista como puerto del año, solo por detrás del puerto de Nueva York, lo que demuestra que la ciudad es ya un "referente como puerto de escalas".

Actualmente, por la ciudad portuaria ya han pasado más de medio millón de cruceristas atraídos por sus 3.000 años de historia, que guardan tesoros arqueológicos de enorme valor, en un paisaje de una belleza excepcional. Entre los principales atractivos de Cartagena como escala de cruceros figura el carácter mediterráneo de sus gentes, su gastronomía de productos autóctonos, su clima suave y soleado y sus inmensos arenales frente al mar, a solo 20 minutos de la ciudad, que la transforman en un destino atractivo en cualquier época del año. ●

TOP 5: Cartagena en crucero

- 1. **Cartagena Puerto de Culturas:** el viajero puede adentrarse en la ciudad y en su excepcional patrimonio, que atesora restos púnicos, romanos y bizantinos en forma de yacimientos arqueológicos y centros de interpretación.
- 2. **El esplendor de Roma en Cartagena:** el Museo del Teatro Romano, el Decumano, la Casa de la Fortuna, el Augusteum o el Barrio del Foro Romano, situado en el Parque Arqueológico del Molinete, son solo algunos de los ejemplos del pasado romano de la ciudad, imprescindibles para los amantes de la historia.



- 3. **Cartagena Milenaria:** el Centro de Interpretación de la Muralla Púnica da la oportunidad de profundizar en los capítulos más antiguos de la historia de la ciudad.



- 4. **Cartagena Moderna:** para los que prefieran el barroco y el estilo modernista, la visita a la ciudad ha de incorporar un paseo por el puerto de Cartagena y el paseo marítimo, la Muralla del Mar, el Arsenal Militar y el submarino de Isaac Peral o el Parque de Artillería.

- 5. **Cartagena y el Mar:** también navegando se puede llegar al Centro de Interpretación de la Arquitectura Defensiva de Cartagena y el Mediterráneo, ubicado en el Fuerte de Navidad. Imprescindible completar esta quinta opción con la visita al Museo Nacional de Arqueología Subacuática de Cartagena (ARQUA).



FOTOS: WWW.CARTAGENAPIERODECULTURAS.COM

Nuevo presidente, nuevos vientos

El puerto de Cartagena tiene nuevo presidente desde el 26 de marzo. Se trata de Joaquín Segado, presidente del Partido Popular (PP) de Cartagena, que sucede a Antonio Sevilla. Tanto el mismo Segado como Fernando López Mirás, presidente de la Región de Murcia, reconocieron la labor realizada por Sevilla en un enclave central del desarrollo de Murcia.

Desde las primeras horas de su nombramiento, Segado ha desplegado una actividad frenética, al punto de admitir con gracia: "Ni siquiera me han dado cien segundos de cortesía". Reconoce que su antecesor se lo ha puesto muy difícil "porque ha realizado una excelente labor", habiendo dejado al de Cartagena como el cuarto puerto en la red de puertos estatales.

Por ello, el nuevo presidente se ha propuesto entre sus objetivos el consolidar esa cuarta posición del puerto, pero además de convertirlo en una herramienta para generar oportunidades, empleo y riqueza, y en un referente respecto al medio ambiente y la innovación.

Segado plantea que el puerto es "una gran empresa pública que genera muchas oportunidades de crear empleo y riqueza". Su intención es que sea también "la proyección más grande de Cartagena hacia el resto del mundo".

En sus primeras semanas de gestión, se ha reunido con el consejero de Fomento e Infraestructuras, los presidentes de la Confederación de Organizaciones Empresariales de Cartagena (COEC) y de la Cámara de Comercio y el concejal de Urbanismo, para analizar la situación de los proyectos de infraestructuras de Cartagena y avanzar en su ejecución.

"La intervención del puerto de Cartagena es imprescindible para el desarrollo de la Zona de Actividades Logísticas (ZAL), por lo que mostramos, una vez más, nuestro apoyo al Gobierno Regional en esta iniciativa, que supone un paso muy importante en lograr la inter-



Joaquín Segado

modalidad necesaria en el transporte marítimo", afirmó.

La Región de Murcia está fuertemente involucrada en lograr la llegada del tren de alta velocidad (AVE), considerado crucial para el desarrollo económico regional y fundamental para la comunicación de Cartagena con Europa y resto del mundo.

Segado considera que la ZAL es un "proyecto prioritario y estratégico para Cartagena", ya que se trata de una "necesaria puerta de acceso de las mercancías a las infraestructuras ferroviarias del Corredor Mediterráneo y punto de intermodalidad marítimo-terrestre ligado al puerto de Cartagena". El presidente del puerto cuenta con el apoyo del Gobierno Regional a la ZAL y considera imprescindible la implicación y el apoyo de los empresarios para su desarrollo.

El consejero de Fomento e Infraestruc-

Segado plantea que el puerto es "una gran empresa pública que genera muchas oportunidades de crear empleo y riqueza". Su intención es que sea también "la proyección más grande de Cartagena hacia el resto del mundo".

turas del Gobierno Regional, Patricio Valverde, recordó que la ZAL cuenta con fondos europeos para su desarrollo, que supondrá una inversión de 1,3 millones de euros, cofinanciados al 50% entre la Comunidad, la Autoridad Portuaria y fondos europeos (CEF, Mecanismo Conectar Europa). La ZAL se desarrollará por fases, para atender las demandas existentes del tejido empresarial y del municipio. La primera de esas fases supone el traslado del depósito franco y del centro integrado de transportes de Cartagena al polígono industrial de Los Camachos para incrementar y mejorar los servicios.

Otra de las gestiones iniciales del nuevo presidente del puerto ha sido encontrarse con la alcaldesa de la ciudad, Ana Belén Castejón, entendiendo que "tener un punto de vista común del modelo de ciudad que queremos desde el puerto y el Ayuntamiento es vital para Cartagena". En los dos últimos años, el puerto lleva invertidos más de dos millones de euros en distintas actuaciones, como la adecuación del entorno urbano de Santa Lucía, en busca de la integración del puerto en la trama urbana y dotando a la zona de un carácter más urbano y menos portuario, para embellecer el ingreso a la ciudad.

Por otra parte, el puerto ha invertido 63 millones de euros en ferrocarril desde sus instalaciones, tanto en la variante de Camarillas como en los accesos a Escombreras. En el último consejo de administración del organismo se aprobó el trámite para la adecuación de la estación de Escombreras.

Todas esas obras tienen financiamiento de Fondo de Accesibilidad Terrestre (FAT), que permite obras destinadas al fomento de la intermodalidad, tanto viaria como ferroviaria, en el transporte de mercancías y obras de accesibilidad fuera del propio dominio portuario, que estén vinculadas a la actividad comercial. La variante Camarillas, por ejemplo, se encuentra a unos 150 kilómetros del Puerto de Cartagena, pero es considerada una infraestructura estratégica para potenciar el transporte de mercancías con el centro y norte de España.

Joaquín Segado también pretende ace-

lerar el proyecto del *bypass* de Beniel, que conectará Cartagena con el Corredor Mediterráneo sin entrar en Murcia, tanto para mercancías como para viajeros.

Otra de las reuniones del presidente de la Autoridad Portuaria de Cartagena en sus primeras semanas de gestión ha sido con el delegado de gobierno en la Región de Murcia, Francisco Bernabé, a fin de garantizar las distintas obras de infraestructura ferroviaria, fundamentales para el Puerto y "afianzar la colaboración entre el puerto y la administración central como una prioridad".

Ambos funcionarios coincidieron en que las obras ferroviarias llevadas a cabo en la dársena de Escombreras y la variante de Camarillas van a mejorar las conexiones de Cartagena, no solo con el interior de la península sino también por el litoral y hacia el resto de Europa. La obra en la dársena de Escombreras permitirá que los barcos puedan descargar directamente en el tren y que, éste, en una plataforma, pueda salir directamente desde el Puerto. Y de la variante de Camarillas destaca: "Se ahorrarán hasta 30 minutos de trayecto, que va a significar un beneficio a los pasajeros que usen el vial".

Segado también tuvo una reunión de trabajo con los máximos representantes de las empresas de mayor inserción en la actividad diaria del puerto como Ership, Daniel Gómez Servicios Portuarios, Agencia Marítima Blázquez, Erhardt Mediterráneo, Bergé Marítima, Vicente Serrat Andreu, Alfaship Viking Internacional, Transcoma, Corporación de Prácticos, Remolcadores de Cartagena, Agrupación de Boteros Amarradores y Cartago Marpol. El nuevo presidente destacó que las empresas que trabajan en el puerto son también responsables de su crecimiento continuado, ya que generan puestos de trabajo y riqueza para Cartagena y la región. "El año pasado se movieron por nuestros muelles casi 35 millones de toneladas, incluyendo más de 630.000 cabezas de ganado vivo –afirma–, y eso significa que son más las personas que trabajan gracias a la actividad que genera el puerto". ■

Cartagena apuesta por el comercio con China y el intercambio de experiencias tecnológicas

Recientemente, la Región de Murcia y el puerto de Cartagena han apostado a intensificar el tráfico marítimo con China, gracias a un acuerdo firmado con el puerto de Qingdao.

El acuerdo de colaboración con el **puerto de Qingdao, uno de los 10 más importantes en el tráfico portuario a nivel internacional y considerado como el primer puerto 4.0 del continente asiático**, está dirigido a la promoción del comercio entre los dos puertos, el intercambio de información y el impulso a los procesos de transferencia de tecnología.

La Región de Murcia ha sido una de las comunidades autónomas pioneras a la hora de afrontar la transformación digital de su economía y ello incluye el transporte portuario, un ámbito en el que la denominada cuarta revolución industrial va a suponer una mayor competitividad y sostenibilidad ambiental gracias a la aplicación de tecnologías avanzadas como el *big data*, la automatización o el Internet de las Cosas.

La colaboración con Qingdao permitirá al puerto de Cartagena contar con un aliado estratégico, con una terminal totalmente automatizada que lo convierta en referente a nivel internacional, para afrontar el proceso de digitalización de la terminal de graneles de Escombreras, que el año pasado registró un volumen de 33 millones de toneladas de graneles, convirtiéndose en la más importante de España.

El tráfico del puerto de Cartagena con los mercados asiáticos representó casi ocho millones del total de los 34,7 millones de toneladas que movió el año pasado, una cifra récord que consolidó al puerto cartaginés como el cuarto más importante de toda España.



Dentro del mercado asiático, China es, en la actualidad, el sexto mercado más importante, con un total de 187.321,94 toneladas exportadas y 188.828,91 importadas, lo que muestra el enorme potencial de expansión que tiene la relación establecida con Qingdao.

La posición estratégica de Cartagena en el mar Mediterráneo tiene especial relevancia para la estrategia política y comercial de China de la nueva Ruta de la Seda, también llamada One Belt, One Road (OBOR). El acuerdo con Qingdao puede significar un estímulo para la captación de inversiones de empresas del país asiático y, en especial, de algunas de las más importantes empresas e industrias radicadas en la provincia de Shangdong. El puerto de Qingdao es el octavo más importante del tráfico marítimo internacional y el centro neurálgico en el tráfico marítimo del Pacífico Oeste, gracias a su cercanía con Japón y Corea del Sur.

Con las autoridades de Shangdong, Murcia también firmó un convenio de colaboración en sectores estratégicos como agroalimentos, tecnología agrícola, sector industrial, transporte y logística, energías renovables y el tratamiento y recuperación OBOR de los recursos hídricos.

Para Zheng Minghui, presidente de la Autoridad Portuaria de Qingdao, el convenio plantea también otros aspectos de colaboración, como el desarrollo de medidas conjuntas para reducir las emisiones de dióxido de carbono y operar como "puertos verdes". A largo plazo, también existe la posibilidad de una participación en el futuro puerto de contenedores de Cartagena.

FOTO: WWW.PIXABAY.COM

107ª CONVENCIÓN ANUAL DE AAPA



AAPA Chile
VALPARAÍSO 2018

EL ACONTECIMIENTO PORTUARIO DEL AÑO POR PRIMERA VEZ EN SUDAMÉRICA

CONFERENCIAS
NETWORKING
PORT-BUSINESS



7 AL 10 DE OCTUBRE DE 2018

VTP - Valparaíso Terminal de Pasajeros. Nudo Barón S/N, Valparaíso, Chile

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

PuertoValparaíso

MÁS INFORMACIÓN:
www.aapavalparaíso2018.com



Los vinos de la Patagonia: un viaje a través de los Andes

Entre históricos terruños que resurgen y nuevos emprendimientos en geografías antes impensadas, las bodegas a ambos lados de la cordillera de los Andes apuestan a la calidad. Sus vinos ganan terreno en un mercado exigente y ávido de novedades.

Por Ramiro López Crespo

Antes que José de San Martín, las vides fueron protagonistas del cruce de los Andes. La historia del vino en la Patagonia es la historia del vino entre Argentina y Chile. Además de por la historia de ambos países, está atravesada por la cordillera que los une y que, en algunos

momentos de su historia, los separó. Las primeras vides llegaron a la región a mediados del siglo XVI, procedentes de España vía Lima. Primero arribaron a la ciudad chilena de La Serena y luego un presbítero de apellido Cedron plantó las primeras en Santiago del Estero, en lo que hoy es territorio argentino.

En ambos países, se intentó producir vino –y en muchos casos se logró con éxito– en diversas regiones inesperadas para la mirada actual, como el caso de Buenos Aires, donde los viñedos ocupaban el hoy cosmopolita y trendy barrio de Palermo.

Durante varios siglos, los vinos de ambos países fueron toscos, en su mayoría de variedades dulces y, a juzgar por las crónicas, descaradamente adulterados con agua, cuando aquellos caldos estaban destinados al pueblo llano.

Hacia mediados del siglo XIX, Chile contrató al técnico agrícola francés Claudio Gay, que introdujo las primeras cepas francesas y otras variedades europeas. Hacia 1850, la quinta experimental que Gay dirigía contaba con 40.000 plantas de 70 variedades diferentes.

Lo mismo hizo Argentina, cuyo presidente Domingo F. Sarmiento comisionó

al agrónomo francés Aimé Pouget para tal objeto. Pouget había emigrado de Francia a Chile para desempeñarse en la Quinta Normal a cargo del mencionado Gay y allí tomó contacto con Sarmiento, que vivía su segundo exilio en Santiago.

En 1853, Pouget cruzó la cordillera llevando la idea de replicar en Mendoza la Quinta Normal chilena, así como brotes de las uvas Cabernet, Cot (Malbec) y Merlot, provenientes de la capital chilena. Los brotes fueron finalmente plantados en una quinta similar al proyecto chileno, pero en Mendoza, en el valle de Uco.

“La guerra del vino”

La región patagónica protagonizó algunos capítulos de esta historia de pioneros. La llegada del ferrocarril y el uso productivo de los ríos fueron fundamentales para transformar aquellos desiertos valles fluviales de las provincias argentinas de Río Negro y Neuquén en vergeles productivos.

El Alto Valle del Río Negro debe la existencia de su riqueza y población a un ferrocarril emplazado de apuro para llevar tropas hacia una abortada guerra con

FOTO: DR



Chile, y que tuvo como secuela la construcción de un vasto sistema de canales y represas solventadas por el mismo ferrocarril para fomentar el desarrollo agrícola y la inmigración masiva.

En 1881, se firmó un tratado para establecer el límite definitivo entre los territorios de la Argentina y Chile, largamente disputados por ambos países, pero su texto no fue claro y las controversias por los territorios australes no cesaron. A partir de 1894, ambas naciones se embarcaron en una carrera armamentista que amenazaba con un inminente lance bélico. Los militares argentinos eran los más preocupados por el posible conflicto: una división chilena podía traspasar la frontera en horas, en tanto los argentinos debían cruzar una meseta árida y deshabitada de 1.000 kilómetros para llegar al mismo lugar.

En 1896, el gobierno argentino le encargó a Ferrocarril del Sud –por entonces la empresa ferroviaria más grande de América del Sur– la construcción de 554 kilómetros de vías en zona desértica,

con las prisas del caso. La compañía, de capital británico, cumplió los plazos y, a un promedio de unos 800 metros diarios a pico y pala, con pocas maquinarias pesadas, los rieles surcaron los suelos patagónicos llegando hasta la confluencia de los ríos Limay y Neuquén.

Para principios del siglo XX, el fantasma de la guerra se había disipado. Ha-

La llegada del ferrocarril y el uso productivo de los ríos fueron fundamentales para transformar aquellos desiertos valles fluviales de las provincias argentinas de Río Negro y Neuquén en vergeles productivos.

bía que atraer inmigrantes para generar riquezas agrícolas que le dieran sustento económico a la región, aprovechando la cercanía de varios ríos caudalosos. La idea del ingeniero italiano César Cipolletti de levantar un dique sobre el río Neuquén y construir un canal de 130 kilómetros para bañar el Alto Valle por su cara norte fue la elegida. La faraónica obra se inició en 1910 y, al final de la década, el riego ya estaba funcionando y las actividades productivas se consolidaban rápidamente en tres especialidades básicas: árboles frutales, alfalfa y vid.

Aunque hoy pocos lo recuerdan, Río Negro, con sus caldos patagónicos, fue la tercera provincia productora de vinos en Argentina por más de 50 años, viviendo una época de oro entre 1920 y 1960. La inclinación de la industria vitivinícola por la cantidad en desmedro de la calidad que reinó en la década de 1970, junto a la crisis del decenio de 1985 a 1995, acabó con una industria que había llegado a tener 17.000 hectáreas cultivadas con viñedos frente a las

actuales 4.000 que, con mucho esfuerzo, vuelven a mostrar el potencial patagónico en la producción de vinos de calidad.

Los últimos años han sido testigos del regreso de los vinos australes de la mano de nuevos emprendimientos. En San Patricio del Chañar, Neuquén, se encuentran las bodegas Familia Schroeder, NQN, del Fin del Mundo, Valle Perdido, Familia Grittini y Secreto Patagónico. Al oeste, en Añelo, encontramos a Universo Austral. Río Negro, por su parte, atesora la historia centenaria mencionada, con la única bodega superviviente de aquellos años de oro y aún protagonista, Humberto Canale, a la que se suman Noemía, Agrestis, Infinitus, Estepa, Chacra y otras, todas ellas en el Alto Valle. Hacia el este, la vitivinicultura de calidad también resurge en los establecimientos Rivus, en Darwin, y Océano, en Viedma, la primera productora de vinos marítimos en la Patagonia.

Recientemente, se sumó al renovado empuje de los vinos de frío la más austral provincia de Chubut, donde Weinert produce el vino más austral del país, en El Hoyo, al borde del paralelo 43.

En la Patagonia chilena, los vinos se han desarrollado en el valle de Itata y el de Biobío, en la VIII región, mientras que mucho más al sur, en el valle de Osorno, en la X región de Los Lagos, la gente de Villaseñor Vineyards también ha comenzado a producir vinos de climas fríos. Con un modelo de negocio basado en la calidad, la siguiente producción

Paulatinamente, los países del hemisferio sur llevarán sus nuevos cultivos más hacia el sur, y los del hemisferio norte más hacia el norte, buscando en ambos casos climas más frescos.

se exportará en su totalidad al mercado chino y estadounidense, a 120 dólares la botella, un precio alto para un vino chileno. Y es que la marca Patagonia tracciona con fuerza también en el mundo del vino.

A los 46 grados de latitud sur, el Instituto de Investigaciones Agropecuarias de Chile ha producido y desarrollado Keóken, en la zona de microclima de Chile Chico, ampliando así la frontera vitivinícola con la producción del vino más austral del planeta.

Vinos patagónicos y cambio climático Mientras que los líderes de las mayores economías del mundo debaten sobre el cambio climático, un efecto colateral de ese fenómeno parece haber beneficiado al menos a una región. La Patagonia parece ser el nuevo Eldorado para la producción de vinos de alta gama.

Lo que antes era impensable por las bajas temperaturas y el régimen de lluvias se convirtió en realidad, debido al aumento de radiación solar que ocurrió en los últimos 30 años.

"Encontramos un microclima cuyas temperaturas oscilan entre los 14 y 32 grados en verano", explica Sergio Subiabre, director comercial de la Viña Villaseñor. Esas temperaturas permiten a las uvas madurar de manera forzada en los últimos 2 o 3 meses de crecimiento, resultando en un vino con la misma graduación alcohólica, contenido de azúcar y cualidades de los que son producidos en regiones tradicionales de la vitivinicultura.

Las previsiones respecto del cambio climático prevén que, para el año 2050, varias de las zonas más importantes de la vinicultura actual muy probablemente se vean afectadas o directamente perdidas a causa del incremento en las temperaturas y otros factores climáticos. En el mismo sentido, se espera la aparición de terruños en lugares impensados para plantar vides hasta hace pocos años, a causa de sus bajas marcas térmicas.

Los factores que perjudicarían a la mayoría de los viñedos existentes incluyen una elevación de las temperaturas medias en un promedio de 2°C, una disminución en las precipitaciones, junto a una incorrecta distribución de las mismas, que se concentran en determinados períodos, lo que acarreará inundaciones en una época y sequía en otra.



Se esperan inviernos menos fríos y veranos más cálidos, eventos extremos (granizo, sequías, olas de calor), mayor período libre de heladas, menor amplitud térmica entre la noche y el día, un aumento de la radiación y la reducción de las precipitaciones en un 15%. Sobre los terruños actuales, esto se traducirá en evaporación del agua del suelo y de los reservorios, aumento de la erosión de los suelos, inundaciones en zonas bajas y carencia de agua de riego.

Según estudios de la Organización Internacional de la Viña y el Vino, del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España, Naciones Unidas y otros, los vinos resultantes contendrían una mayor graduación alcohólica, menor nivel de acidez y mayor pH, cambio de color, aromas débiles, menor potencial de guarda, taninos desestructurados y azúcares reductores elevados. En definitiva, una disminución de la calidad con respecto a la actualidad.

Los especialistas recomiendan a los viticultores y bodegueros algunas soluciones: optimizar el recurso hídrico, haciendo prevalecer el riego por goteo, identificar las cepas con mayor resistencia y poder de adaptación a los cambios de su terruño, utilizar mallas antigranizo, usar convenientemente los accidentes geográficos que protejan los cultivos, plantar nuevas variedades de uvas más versátiles y, sobre todo, mucha investigación. En defini-

tiva, tener la mente abierta al cambio y adaptarse al nuevo escenario.

Es así como están comenzando a resultar exitosas las plantaciones de viñedos en zonas que eran consideradas no aptas y la conquista vitivinícola de regiones antes inhóspitas. Estamos hablando de Bélgica, Polonia, Dinamarca, Rusia, el norte de EE UU, Noruega, Alemania, entre otros. Un caso llamativo es el de Reino Unido, que gracias al aumento de sus temperaturas posee hoy terruños que están dando sorprendentes vinos de alta categoría, ya que se transformó en un lugar apto para el cultivo de la vid.

Paulatinamente, los países del hemisferio sur llevarán sus nuevos cultivos más hacia el sur, y los del hemisferio norte más hacia el norte, buscando en ambos casos climas más frescos. Algo de lo que ya ocurre con los vinos en la Patagonia se evidencia como una tendencia creciente. Del mismo modo, la implantación en montañas y terrenos elevados favorecerá claramente en la lucha contra los efectos del cambio climático, ayudando a mantener los viñedos a una temperatura correcta, conservando las amplitudes térmicas y la sanidad de las plantas. Todas estas condiciones indican que la Patagonia, a ambos lados de la cordillera, es y será una región promisoría para el mundo del vino y no son pocos los bodegueros que han prestado atención a este fenómeno.

El cambio climático es un desafío, al cual la viticultura deberá adaptarse. Para algunas zonas será desfavorable y para otras será muy positivo. La Patagonia tiene mucho potencial en ese sentido, considerando la amplitud territorial y la enorme diversidad de microclimas que posee. Todo parece indicar que en un futuro será vista como una de las principales zonas vitivinícolas del mundo.

El presente

Más allá de las inesperadas ventajas que el cambio climático pueda ejercer sobre los terruños patagónicos, hay un presente de vinos de alta calidad y un mercado que crece día a día.

Debido a su clima y terruño, es aquí donde se producen los mejores Pinot Noir y Merlot de Argentina. Sus Malbec son muy distintos a los mendocinos, sin tanta tipicidad pero muy interesantes y notablemente más minerales, terrosos. Son también extraordinarios los resultados con algunas variedades de blancos como el Pinot Gris, uva con la que se elabora el apreciado tokaji húngaro. En Chile también el Sauvignon Blanc, el Pinot Noir, el Riesling y el Chardonnay crecen en el valle de Biobío y en el de Itata, compartiendo terruño con viñedos más antiguos y toscos de Uva País y Moscatel.

El Pinot Noir de Villaseñor, mucho más al sur en la región de Los Lagos, acentúa, como sucede en Argentina, la calidad que alcanzan esas cepas en estas latitudes. Respecto de este emprendimiento, es interesante señalar que nació del feliz hallazgo de una parra centenaria que había crecido silvestre, enroscada a un ciprés milenario. Ese fue el indicio que les señaló el camino para comenzar a producir vinos en regiones que antes eran territorios vedados al preciado cultivo.

La Patagonia, a ambos lados de la cordillera, ya era una de las regiones más bellas de nuestro planeta. Si al recorrerla encontramos además viñedos a nuestro paso y en sus noches frescas podemos degustar vinos de gran calidad, no solo la visitamos, también nos la bebemos. ●

Top 5 patagónico

- | | | | | |
|---|---|---|--|---|
| 1 J. Alberto | 2 Familia Schroeder Blend | 3 Marcus Gran Reserva Cabernet Franc | 4 Puelo Patagonia | 5 Grand Itata |
|  |  |  |  |  |
| Bodegas Noemía
Argentina | Bodega Familia Schroeder
Argentina | Bodega Humberto Canale
Argentina | Bodega Villaseñor vineyards
Chile | Rogue Wines
Chile |



Guerra comercial: Trump puja por recuperar la supremacía mundial

Cuatro escenarios para anticipar el futuro

Por Antonio López Crespo



Guerra comercial: Trump puja por recuperar la supremacía mundial

Cuatro escenarios para anticipar el futuro

Las medidas y acusaciones del presidente de EE UU constituyen una afrenta a la paz y prosperidad alcanzadas en las últimas tres décadas. Aquí, sus políticas y las consecuencias analizadas en el contexto internacional.

Por Antonio López Crespo

Durante casi tres décadas, el mundo construyó, trabajosamente, un sistema multilateral de decisiones en lo político, económico y comercial que, con defectos

e inconsistencias, tuvo dos enormes resultados: **una era de cierta paz y prosperidad globalizada**, que permitió a millones de seres humanos salir de la pobreza extrema y **un debilitamiento de las pretensiones hegemónicas de EE UU**, que distorsionaban cualquier intento de convivencia internacional.

Hasta que Donald Trump llegó a la Casa Blanca. Desde entonces, los peores fantasmas del pasado han retornado. Brotes de **nacionalismo, racismo y populismo**, expresiones emocionales de una lectura obsoleta de la realidad mundial, reflejaban a la vez, de manera irracional, la necesidad de ajustes en el proceso de globalización hacia mayores niveles de equidad.

Los preocupados análisis que se hacen cada día sobre la guerra comercial en ciernes basculan entre el **temor a la ruptura del orden mundial multilateral**, que trajo décadas de prosperidad, y un **inocente optimismo acerca de un pronto acuerdo entre las potencias en conflicto**, tras una etapa previa y dificultosa de desplantes, amenazas y demostraciones de fuerza.

Con la llegada de Trump a la presidencia de los EE UU, el agudo atraso conceptual de ciertos sectores políticos cobró la fuerza de la primera potencia militar del planeta y puso en sus manos nada menos que el "botón nuclear", al que el magnate estadounidense no dudó en definir, de manera infantil, como "más grande que el de los otros".

Desde entonces no ha cesado, día tras día, de llevar a EE UU a una colisión con el resto del mundo, en tanto este no se someta a sus deseos. Impulsado por una lógica maniquea de amigos y enemigos, puso su gestión bajo una consigna América Primero y no dudó en generar las condiciones de un clima de guerra, limitada por ahora a una **guerra comercial**. Como enseñó Henry Kissinger, "también las guerras tienen un límite económico": **no se puede ser, a la vez, el solitario gendarme del planeta, representar menos del 20% del PIB global y ser el mayor deudor del mundo**.

Los preocupados análisis que se hacen cada día sobre la guerra comercial en ciernes basculan entre el **temor a la ruptura del orden mundial multilateral**, que trajo décadas de prosperidad, y un **inocente optimismo acerca de un pronto acuerdo**

FOTO: DR

entre las potencias en conflicto, tras una etapa previa y dificultosa de desplantes, amenazas y demostraciones de fuerza.

Pero un examen más cuidadoso y profundo de la situación deja dudas acerca de ese posible entendimiento. Para avanzar en el movimiento de las placas tectónicas que, subterráneamente, se están moviendo, se hace necesario **revisar al menos cuatro grandes escenarios que van a condicionar el rumbo de la economía global y la reconfiguración del orden mundial que terminará ocurriendo**.

El propio Trump, a mediados de mayo pasado, echó un balde de agua fría sobre la posibilidad de un rápido acuerdo que había sido anticipada por los medios. Mientras tanto, su gobierno negociaba en Washington con los representantes chinos, para evitar una colisión catastrófica entre las mayores economías del mundo.

Cuando le preguntaron si se alcanzaría un acuerdo, fue muy claro: "Tiendo a dudar. China se ha tornado muy malcriada... Porque siempre obtuvo el 100% de lo que le pide a EE UU". Trump, en una de sus típicas andanadas de críticas, **involucró tanto a los gobiernos que le precedieron –a los que acusó de haber tolerado que China se aprovechara de EE UU– como a la propia China, a la que acusó de explotación**: "Hemos sido explotados por China. Y, como nunca se ha visto, se provocó una evacuación de riqueza de un país a otro, que se reconstruyó con base en el dinero que le sacó a EE UU (...). El comercio ha sido una calle de una sola vía y ya le expliqué al presidente Xi que no podemos hacer más eso".

Esas duras declaraciones fueron la antecámara de su reunión con el viceprimer ministro chino, Liu He, cabeza de la misión enviada por Beijing para explorar el rumbo del conflicto.

Lo mismo ha hecho con la **Unión Europea (UE)**, a la que se enfrenta no solo con la imposición de aranceles a la importación de acero y aluminio, sino cuestionando sus compras de gas a Rusia o la permanencia de empresas europeas con inversiones multimillonarias en Irán: "La UE ha sido terrible con EE UU en materia de comercio. Ha sido terrible con nuestros trabajadores".

FOTO: RVOLKAN/ISTOCKPHOTO.COM



Escenario I. El huevo de la serpiente

Hay una imagen extendida de un Trump desequilibrado, presto a abruptas reacciones intempestivas, propias de un energúmeno y alejadas de toda reflexión. Se lo ha definido como "un niño caprichoso" y "un megalómano en busca constante de protagonismo". Todo eso es cierto, lamentablemente. Pero es solo una parte menor y superficial de su realidad.

En el pasado mes de mayo, el **ex canciller de Chile, Hernando Muñoz**, escribió un lúcido artículo en el diario español *El País*, al que tituló "Un presidente consistente". Allí Muñoz revelaba: **"Más allá de la improvisación, Trump concreta en su gestión recelos personales arraigados desde hace tiempo"**. Es decir, una ideología que instala ferozmente en su agenda política.

El prestigioso político chileno recupera una extensa entrevista que Trump dio a

"Le pondría aranceles a cada Mercedes Benz circulando en este país y a todos los productos japoneses", afirmaba Trump en marzo de 1990.

la revista *Playboy* en marzo de 1990 y su resultado es apasionante por lo profético: demuestra que **lo que ha realizado desde su elección como presidente no es mera improvisación**.

Casi 30 años atrás, cuando el periodista de *Playboy* le preguntó a Trump cuál sería la primera medida que tomaría, si en un hipotético futuro, fuera presidente, éste respondió: "Le pondría aranceles a cada Mercedes Benz circulando en este país y a todos los productos japoneses". Y agregó: "Nuestro país está siendo embaucado por nuestros supuestos aliados; ejemplo, Japón, Alemania, Arabia Saudí, Corea del Sur".

La reflexión del ex canciller chileno conduce a un descubrimiento fundamental: aquel joven empresario vanidoso, engreído y mujeriego, sostenía –como hoy sostiene– la necesidad de proteger su país con aranceles. Muñoz explica que, según Trump: "EE UU gastaba millones en proteger militarmente a estos países y sus rutas marítimas para exportar, sin que ellos aporten a esa defensa y después inundan a EE UU con sus productos".

El artículo muestra que, ya en aquella vieja entrevista, Trump consideraba el tema de la "pérdida de respeto" hacia EE UU, como lo hace ahora, señalando que algunos países "se ríen de EE UU", singularizando a Japón ("la China de hoy", dice Muñoz).

Pero el dato más inquietante de la entrevista de 1990 es que el joven Trump

revela que a menudo piensa en una guerra nuclear: "La guerra nuclear –dice el Trump de entonces, citado por Muñoz– es un elemento muy importante en mi proceso de reflexión". Agrega: "Estos sistemas de armas nunca han sido probados" y remata afirmando que cree fuertemente en la extrema fuerza militar: "No confiaría en nadie".

El aporte que hace el lúcido político chileno es enorme para la comprensión del primer escenario que queremos plantear.

En una película de 1977, dirigida por el célebre Ingmar Bergman, uno de los personajes, el doctor Vergerus, dice: "Cualquiera puede ver el futuro, es como un huevo de serpiente. A través de la fina membrana se puede distinguir un reptil ya formado". Aludía a que, en los años '20, en Alemania podía intuirse el auge del nazismo. Pero la paradoja era que a pesar de que todo el mundo era capaz de verlo, había una mirada complaciente y nadie previó las trágicas consecuencias finales.

Las ideas primarias de Trump están en aquel viejo reportaje de *Playboy*, que opera como el huevo de la serpiente. Apenas asumió, terminó en cuestión de horas con el Acuerdo Transpacífico, abandonó más tarde el Acuerdo de París sobre el cambio climático y puso en cuestión el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con México y Canadá. Y raudamente fue limpiando la Casa Blanca de aquellos funcionarios que el *establishment* había logrado colocar en su gabinete.

Trump no dejó de sumar, semana a semana, a un nuevo "halcón" a su equipo, caracterizado por cinco principios básicos: nacionalismo aislacionista, proteccionismo comercial, hegemonismo estadounidense, belicismo y una marcada supremacía blanca, con sus consiguientes secuelas: odio a China, desprecio por Europa y rechazo visceral a la inmigración no blanca, proveniente de "países de mierda", según la definición académica del propio Trump.

La limpieza de disidentes dentro de la Casa Blanca ha sido continua. El presidente Trump reemplazó a su consejero

ro de Seguridad Nacional, el teniente general Herbert McMaster, por John Bolton, un halcón de la era Bush. Junto al consejero económico, Gary Cohn, y al secretario de Estado, Rex Tillerson, McMaster formaba parte del ala moderada de la Casa Blanca y era el principal freno a la política ultranacionalista de Trump.

McMaster, héroe de guerra y estrella de plata en la Guerra del Golfo, era reconocido por ser franco y directo. Crítico de la actuación de EE UU en Vietnam –base de su tesis doctoral– cuestionaba la "islamofobia" de Trump y su gabinete. Impugnaba el uso reiterado del término "terrorismo radical islámico": "No acepto que se castigue a una religión entera (...) son terroristas y punto". Esa defensa lo puso en la mira de Trump, que lo consideraba demasiado culto y alejado de sus planteos disruptivos. Finalmente lo cesó.

Arrasado el grupo de los conservadores moderados, el sector de los "halcones" más radicalizados, de un ultra nacionalismo belicista, quedó en condiciones de llevar a cabo su programa, que incluye un feroz enfrentamiento con China, el desmantelamiento de cualquier acuerdo con Irán y el fin del régimen norcoreano.

Para ello, Trump sumó a su equipo a Bolton, como parte de su apuesta nacionalista-populista, dirigida a ganar las elecciones legislativas de este año. Sus banderas son el fin del multilateralismo, la recuperación de la hegemonía de EE UU, la guerra comercial con China (e incluso con sus propios aliados europeos), la ruptura de los acuerdos como el de Irán y otros, y el retor-

Trump no dejó de sumar nuevos "halcones" a su equipo, caracterizados por cinco principios básicos: nacionalismo aislacionista, proteccionismo comercial, hegemonismo estadounidense, belicismo y una marcada supremacía blanca, con sus consiguientes secuelas: odio a China, desprecio por Europa y rechazo visceral a la inmigración no blanca, proveniente de "países de mierda", según el propio Trump.

no al uso de la amenaza militar como primer y único argumento.

A cargo de la ofensiva proteccionista en materia comercial puso a otros dos "halcones": Robert Lighthizer y Wilbur Ross, el primero como representante personal de Trump, a cargo de todas las negociaciones, y el segundo como secretario de Comercio.

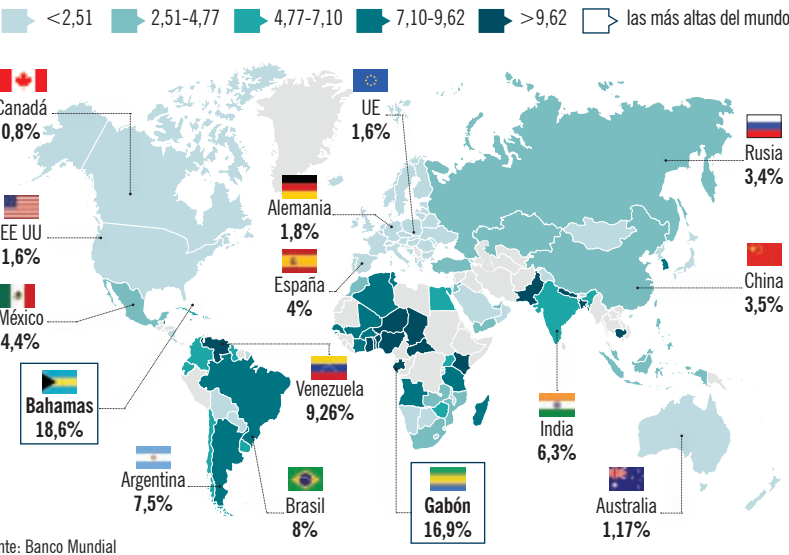
Para tratar de explicar esas complejas batallas por venir, Trump buscó al ultraconservador y televisivo Larry Kudlow, que sustituyó a Cohn. El enfrentamiento con China cuenta con una opinión favorable y bastante apoyo interno en EE UU. En amplios sectores, se le considera un país enemigo. Las elecciones también mandan en esto.

Bolton, como consejero de Seguridad Nacional, suma a la Casa Blanca sus conocidas y extremas tesis en política internacional. Alineado con el ex director de la Agencia Central de Inteligencia (CIA, por su sigla en inglés) y actual secretario de Estado, Mike Pompeo, exigió la salida del pacto con Irán y no descarta una intervención militar en Corea del Norte, lo que sirvió para que el líder de ese país comenzara a desarmar sus misiles nucleares. En el conflicto israelí-palestino, Bolton es un firme opositor a la solución de dos estados: "Solo como una cuestión de realidad empírica, la solución de dos estados está muerta", aseguró. Bolton fue promotor de instalar –como se hizo– la embajada de EE UU en Jerusalén, aunque agudice el conflicto.

El corazón de la ofensiva diseñada contra China es obra de otro "halcón", Peter Navarro, un economista ultranacionalista, enemigo del libre comercio y responsable de casi todas las medidas tomadas por Trump en ese campo. Navarro tiene una visión paranoide y conspirativa de los movimientos de China. Piensa que Beijing grava en exceso a las compañías estadounidenses y las obliga a transferir tecnología, usa fondos públicos para comprar empresas de futuro, roba información estratégica mediante ciber-intrusión y pretende hacerse con el control de la robótica, la inteligencia artificial y la computación cuántica para dominar el mundo. Ese es, en síntesis,

Radiografía de los aranceles en el mundo

Tasa arancelaria media de los productos en 2016 (%)



Fuente: Banco Mundial

el pensamiento de Navarro, que Trump comparte absolutamente. Plantea, como el presidente, que la Organización Mundial del Comercio (OMC), no es una institución confiable para los intereses de EE UU: "Sus juicios y arbitrajes han sido muy injustos con nosotros".

Cuando, en Davos, Trump planteó que la consigna América Primero no significaba "América sola", parecía una frase más. Ahora se revela como parte de una estrategia mayor. Se trata de acorralar con represalias arancelarias al acero europeo para ejercer presión y conseguir el apoyo de la UE en la batalla final con China. Washington pretende que Europa haga frente común con EE UU en contra de China y por eso suspendió temporalmente los aranceles. Pero, para redoblar la presión, rompe el pacto con Irán y pone contra las cuerdas a Europa, en dificultades para defender a sus empresas involucradas en ese país.

Las condiciones que Trump pretende son claras: endurecimiento de las relaciones entre Europa y el gigante asiático, incremento del aporte europeo en defensa (un 2% del PIB anual, cifra que está muy lejos del gasto actual) y límites voluntarios a la exportación de acero y aluminio de Europa a EE UU.

En este escenario, la UE tiene un papel fundamental en la defensa del multilateralismo y la globalización, del comercio libre y una creciente prosperidad. Una debilidad ante los planteos hegemónicos de Trump podría llevar al mundo a una nueva catástrofe, como ya sucediera a comienzos del siglo XX.

El otro gran actor en defensa de la prosperidad del planeta deriva de cómo China enfrente este desafío. Sus armas no son menores: tamaño, potencial geoestratégico, importancia de las fábricas chinas en la cadena de suministros norteamericana y enormes tenencias de deuda pública estadounidense.

La guerra comercial de Trump surge de unas ideas binarias, simples y peligrosas

La guerra comercial de Trump surge de unas ideas binarias, simples y peligrosas sobre el funcionamiento del comercio mundial y la economía global, que atrasan 70 años.

sobre el funcionamiento del comercio mundial y la economía global, que atrasan 70 años. Lluís Bassets, periodista y escritor español, describió magistralmente cómo concibe Trump el comercio internacional: "Cree que el comercio mundial es como el mercado inmobiliario de Nueva York o el mundo de los concursos televisivos y de las competiciones de belleza femenina, dividido entre vencedores y perdedores. Los primeros exportan y los segundos importan. No es propio de vencedores depender del acero producido por otros. Afecta a las armas, es la seguridad nacional. Nadie debe interferir en algo tan serio, y menos la OMC. Ideas del siglo XX, cuando la industria pesada era determinante para la capacidad armamentística de los países".

Como explica el premio Nobel de Economía, Joseph Stiglitz: "(Trump) tendría que darse cuenta que lo que importa es el déficit comercial multilateral, no los déficits comerciales bilaterales con cualquier país. Reducir las importaciones de China no creará empleos en EE UU. Más bien, hará subir los precios para los ciudadanos norteamericanos y generará empleos en Bangladesh, Vietnam o cualquier otro país que se disponga a reemplazar las importaciones que antes provenían de China. En unas pocas instancias en las que la fabricación efectivamente regrese a EE UU, probablemente no se creen empleos en el viejo Cinturón del Óxido. En cambio, los bienes probablemente sean producidos por robots que tienen las mismas probabilidades de estar situados en centros de alta tecnología como en cualquier otra parte".

Stiglitz aclara: "Trump quiere que China reduzca su excedente comercial bilateral con EE UU en 100.000 millones de dólares, algo que podría lograr si comprara petróleo o gas de EE UU por un valor de 100.000 millones de dólares. Pero si China redujera sus compras a otras partes o simplemente vendiera el gas o el petróleo estadounidense a otros lugares, el efecto sobre la economía de EE UU o global será mínimo, o inclusive nulo. El foco de Trump en el déficit comercial bilateral es, francamente, tonto".

Escenario II. Socios y enemigos

La confrontación planteada por Trump crea un segundo escenario: el miedo a que la guerra comercial provoque un quiebre del actual orden mundial y ponga en jaque el crecimiento y la estabilidad financiera alcanzada tras la crisis de 2008.

Dani Rodrik, profesor de la Escuela de Gobierno John F. Kennedy de la Universidad de Harvard, escribió en el *Wall Street Journal* que los aranceles de Trump eran "la mayor torpeza política de su presidencia". Rodrik advierte: "Los desequilibrios y las desigualdades generados por la economía global no se pueden resolver protegiendo a unas pocas industrias bien conectadas políticamente y apelando a consideraciones de seguridad nacional claramente ridículas como excusa. **Ese proteccionismo es un artilugio, no una agenda seria para una reforma comercial**".

Trump y sus "halcones" pretenden retornar al proteccionismo de los '80 de Ronald Reagan. Algunos de ellos fueron sus funcionarios, como Lighthizer, Bolt, Ross o Kudlow, pero han envejecido sin percibir que el contexto mundial es distinto. Gran parte del proteccionismo de Reagan era negociado con los socios comerciales y estaba destinado a aliviar la carga económica sobre los exportadores. El de Trump es puro aislacionismo.

El aislacionismo, para Trump, es central a su concepción del mundo. Como confesara en aquella entrevista de *Playboy*, desconfía del mundo, de los otros países, sean amigos o no. Y en su defensa nacional-populista del América Primero, no le importa destruir alianzas o perder amigos. Uno de los últimos fue su antiguo amigo Orrin Hatch, presidente del poderoso Comité de Finanzas del Senado, que criticó a Trump en una carta, advirtiéndole que la intempestiva subida de aranceles la acabará pagando el consumidor estadounidense. Tal preocupación también estuvo presente en la carta que más de 100 congresistas le enviaron pidiendo la reconsideración de la medida por sus consecuencias negativas.

Pese al alardeado proteccionismo de



Trump, EE UU alcanzó en 2017 su mayor déficit comercial en siete años. El déficit superó los 566.000 millones de dólares, un 12,1% mayor que el año anterior, y el rojo con China llegó a los 375.100 millones de dólares, con una suba anual del 8,1%, según su Departamento de Comercio.

Sin embargo, en enero pasado, durante el discurso del Estado de la Unión, un Trump hinchado de optimismo, aplaudiendo cada una de sus propias afirmaciones, aseguraba que la era del "sometimiento económico de EE UU" por acuerdos comerciales injustos había concluido, que las fábricas volvían al país, que la reforma fiscal era un éxito y que la eufórica marcha de Wall Street era un signo de todo ello.

"Los desequilibrios y las desigualdades generados por la economía global no se pueden resolver protegiendo a unas pocas industrias bien conectadas políticamente y apelando a consideraciones de seguridad nacional claramente ridículas como excusa. Ese proteccionismo es un artilugio, no una agenda seria para una reforma comercial".

Una semana después, como para demostrar que, con la retórica de las buenas intenciones, está pavimentando el camino del infierno, Wall Street soportaba la peor caída en toda la historia en cuestión de puntos retrocedidos y se conocían los penosos datos del déficit comercial de su país. El índice Promedio Industrial Dow Jones cayó 1.175 unidades, luego de meses de altos rendimientos, arrastrando a todas las bolsas del mundo, desde Tokio a Londres y de Singapur a São Paulo. Aunque había conocido retrocesos mayores en términos porcentuales, nunca había cedido tantos puntos en un solo día.

El aumento del déficit proviene de una mayor demanda de bienes de los estadounidenses, de su desmedido consumo —en especial de alimentos y bienes de consumo—, y del incremento de los precios de los *commodities*, en especial, la recuperación del precio del petróleo. Las ilusorias promesas del presidente Trump de repatriar fábricas y adoptar medidas proteccionistas por parte chocaron contra el muro de la realidad. El Departamento de Comercio tuvo que reconocer que el déficit comercial de EE UU creció en 2017, que se trata del mayor aumento porcentual desde el ciclo 2009-2010, que es el más abultado en monto desde hace siete años y que la

FOTO: PAT138241 / ISTOCKPHOTO.COM

suma final es la más abultada los últimos nueve años (2008).

Mientras su presidente insistía en su política de América Primero, volviendo a una receta proteccionista abandonada por el mundo, para reducir el déficit impidiendo el ingreso de ciertos productos y renegociando (como en el caso del TLCAN) o abandonando (en el caso del TPP) acuerdo comerciales, sus ciudadanos aumentaban el consumo. **Eso provocó un récord en el nivel de las importaciones de bienes provenientes de 47 países**, entre ellos China (505.600 millones de dólares) y México (314.000 millones), precisamente dos de los países a los que Trump acusa de ser causantes del "sometimiento" comercial.

Los responsables de economía y comercio del gobierno de Trump parecen ignorar que las condiciones del déficit, además del propio consumo, son muchas veces parte del crecimiento económico global o, en este caso, de la propia economía estadounidense. De hecho, las exportaciones del país también se dispararon y alcanzaron el récord 2,3 billones de dólares. Entre estas, la exportación de servicios rompió el récord, al alcanzar los 777.900 millones de dólares. México recibió bienes estadounidenses por 243.000 millones de dólares, China 130.000 millones y el Reino Unido 56.300 millones.

La falsedad del planteo de Trump reside en omitir que su país es la segunda potencia comercial del mundo y en exponer el déficit comercial de una manera mentirosa. EE UU exportó bienes por valor total de 1,55 billones en 2017, pero si se incluyen los servicios —categoría que siempre excluye Trump— la economía de EE UU es mucho menos deficitaria, como lo demuestra con precisión el brillante artículo de Ricardo Hausmann "La oscura materia del comercio" (*Project Syndicate*, 2018).

Allí afirma Hausmann: "En el año que terminó en septiembre de 2017, la balanza de bienes exportados e importados de EE UU registró un déficit de 789.000 millones de dólares, o cerca del 4% de su PIB. Pero el problema reside en que, hoy día, el comercio internacional no com-

prende exclusivamente bienes, sino que también incluye servicios, como viajes, turismo, telecomunicaciones, transporte, seguros, y otros. En el mismo período, EE UU registró un superávit de servicios de 242.000 millones de dólares, lo que implica que cuando se le suma al déficit de bienes, los números rojos de dicho país se reducen a 547.000 millones, o el 2,8% de su PIB. Por ejemplo, en el caso de la relación bilateral con Canadá, incluir los servicios hace que el déficit se convierta en superávit. Hay también otras correcciones, como los intereses y los dividendos pagados y devengados, además de las remesas laborales. Cuando se incluye todo esto en lo que se llama balanza en cuenta corriente, **en 2017 EE UU registró un déficit externo de 450.000 millones de dólares, o el 2,3% de su PIB**".

Pero Trump odia el déficit comercial. Ve el comercio como un juego de suma cero. Aunque los especialistas demuestren con hechos que no existe una relación directa que lo justifique y que un fuerte crecimiento puede ser acompañado por un incremento del déficit comercial, el pensamiento elemental de Trump considera que este es uno de los factores por los que EE UU no crece.

Cualquier incremento del déficit fundamenta su cruzada proteccionista. No entiende la lógica de la economía global ni sus cadenas de valor y de suministros. **Entiende los negocios con la lógica precaria de ganadores y perdedores, según la cual el que vence extermina a la competencia**.

La nueva administración republicana

Trump no entiende la lógica de la economía global ni sus cadenas de valor y de suministros. Entiende los negocios con la lógica precaria de ganadores y perdedores.

omite además otros factores, como un déficit fiscal de enorme dimensión, que llegó a provocar la suspensión de las actividades gubernamentales, o cuestiones de fondo como la **tendencia al envejecimiento de su población** o la **pérdida de competitividad** en sectores en los que era relevante a nivel global. Y pone el acento en los números rojos de un déficit comercial que puede ser consecuencia de una economía en crecimiento. Pero para el proteccionismo de Trump ese es un pensamiento demasiado complejo.

En marzo pasado, redobló su ofensiva, que quedó reflejada en uno de sus singulares tuits: "Desde el primer Bush hasta hoy, nuestro país ha perdido 55.000 fábricas, 6.000.000 empleos manufactureros y ha acumulado un déficit comercial de más de 12 billones de dólares. El año pasado, tuvimos un déficit de casi 800.000 millones. Malas políticas y mal liderazgo. Tenemos que ganar otra vez".

En esa lógica, **es necesario "reducir" el déficit comercial y "terminar" con China**. Ambos objetivos son la clave de su programa económico. Para reducir esa brecha, empezó de manera unilateral e inconsulta su "guerra de aranceles" contra China y el resto. El acero y el aluminio fueron el primer escarceo de una sucesión creciente de amenazas de aranceles, primero sobre productos chinos hasta por 50.000 millones de dólares, que poco después sumaron 100.000 millones y, cuando China advirtió que no temía esas represalias y que contestaría con similares sanciones, elevó a 200.000 millones.

Simultáneamente, endureció su relación con sus socios europeos, para provocar un acuerdo transatlántico que aislara a China en el campo de la guerra comercial. **Trump cree que forzando la mano logrará que China entre en razón, porque depende más del mercado de EE UU que al revés, lo que es falso**. Beijing advirtió que podría contraatacar sobre el sector agrícola de EE UU, que generó más de 19.000 millones en exportaciones hacia China en 2017, con 12.360 millones solo en soja. Incrementar sus compras en Argentina o Brasil impactaría de manera directa sobre comunidades rurales que hoy votan a Trump.

Algo parecido sucede con los 16.260 millones en compras de aviones comerciales (segunda mayor partida de envíos a China) o con los 10.500 millones de dólares en autos, sectores a los que Trump prometió recuperar durante su campaña presidencial.

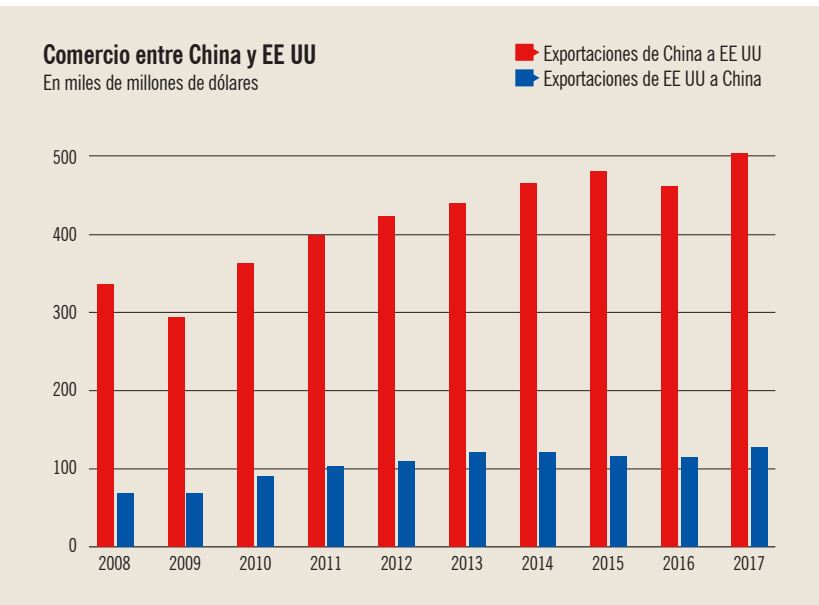
Pese a la manifiesta voluntad china de disuadir a Washington de continuar en la escalada hacia una "guerra comercial" abierta y ofrecer su disposición a ampliar sus compras de bienes estadounidenses e, incluso, abrir más su mercado y facilitar el acceso de compañías de EE UU al sistema financiero chino, **Trump ha ido redoblando la apuesta, limitando el acceso de productos de alta tecnología chinos (ZTE y otros) y poniendo condiciones a las inversiones chinas en su país.**

El endurecimiento de los vínculos con China preocupa a empresarios de EE UU e incluso a líderes del bando republicano. China es uno de los principales mercados para el equipamiento médico que exporta su país. También lo son los combustibles refinados, como el gas natural licuado y otros derivados del petróleo, la maquinaria industrial, los metales, las computadoras y componentes electrónicos, etc.

En 2017, las compañías estadounidenses realizaron exportaciones a China por 130.400 millones, con un incremento de un 12% en el año. China es el tercer destino de los bienes de compañías de EE UU, por detrás de Canadá y México, y duplica las compras que realizan Japón y Alemania. **Se estima que el comercio con China genera unos 910.000 empleos en la tierra de Trump.**

Curiosamente, no es solo Hausmann quien no coincide con los números de la administración Trump. Tampoco son los chinos quienes sostienen que la cifra de déficit que defiende Donald Trump no es veraz. Según la aduana del país asiático, este registró un superávit comercial con EE UU de 275.810 millones de dólares, unos 100.000 millones menos que lo reflejado por Washington.

EE UU, que representa el 15% de las exportaciones globales de China, compra de todo. En especial, teléfonos móviles (70.000 millones), ordenadores y accesorios (77.000 millones), textiles y calzado



(35.000 millones), equipamiento para telecomunicaciones (35.000 millones), muebles y otros artículos para el hogar (20.000 millones), juguetes y productos para deporte (27.000 millones), electrodomésticos (15.000 millones), televisores (10.000 millones), entre otros.

Caroline Freund, economista del Instituto Peterson para la Economía Internacional, explica que el déficit no se debe solo a malos acuerdos comerciales, como pontifica Donald Trump, sino más bien **al ritmo con el que gastan los consumidores y el gobierno estadounidense:** "Si se redujera el consumo, las importaciones caerían". Imponer aranceles tendrá un efecto inmediato: encarecerá los productos que consumen los estadounidenses. Pero no resolverá el desequilibrio. **El mercado tenderá a compensar los aranceles, buscando productos en otros países. Pero, tarde o temprano, las limitaciones al comercio tendrán efectos nocivos para la economía global.**

Washington clama contra el déficit comercial de la economía estadounidense, de más de 568.000 millones de dólares, de los cuales 375.000 millones corresponden al desfase con China, a cuyo gobierno Trump acusa de competencia desleal y robo de tecnología. **Pero el Fondo Monetario Internacional (FMI) recalca que la mayor parte del déficit por cuenta corriente estadouni-**

dense se debe a que el volumen de gasto agregado supera el ingreso total. Según cálculos del organismo dirigido por la francesa **Christine Lagarde,** solo por la reforma fiscal, aprobada para reducirle impuestos a los que más tienen, el déficit por cuenta corriente crecerá con 150.000 millones de dólares más en 2019.

Como advirtió Lagarde: "Si las tensiones comerciales entre EE UU y China derivan en una guerra generalizada de tarifas y barreras, no habrá vencedores (...), **un escenario de guerra comercial no afectará solamente a esas economías sino a todos los países, ya que se trata de un sistema global interconectado** (...). El sistema de comercio multilateral ha transformado nuestro mundo en la última generación. Pero este sistema de reglas y responsabilidad compartida ahora corre el peligro de ser desgarrado. Esto sería un fallo colectivo inexcusable".

Trump y su principal asesor en materia comercial, Peter Navarro, arguyen que el abultado déficit comercial estadounidense responde a las prácticas desleales de otros países, principalmente de China. Lagarde recordó que estas acciones ilícitas, que existen, "tienen un impacto pequeño en el déficit comercial". La diferencia comercial radica –según Lagarde– en el hecho de que un país gasta más de lo que produce.

Escenario III. La "guerra buena y fácil": Trump contra todos

Cuando los periodistas le preguntaron a Christine Lagarde quién ganaría la guerra comercial entre las dos mayores potencias económicas del planeta, respondió tajante: "Nadie. Las guerras comerciales no son juegos que se puedan ganar. Nadie gana. **Si hay menos crecimiento, menos innovación, mayor coste de vida, los primeros que perderán serán los pobres, los menos privilegiados**".

Como en toda guerra, se sabe cómo y cuándo empieza, pero no cómo ni cuándo termina. Como en todas las guerras, aún las militares, no hay exactamente vencedores y vencidos. Hay ejércitos "victoriosos" diezmados de muertos que no pueden ver su victoria, pueblos devastados cuyos dirigentes les aseguran que ganaron y, en general, derrotas políticas y económicas que alcanzan a todos los contendientes.

Como en toda guerra, habrá víctimas inocentes y daños colaterales. **Una guerra comercial entre las dos mayores potencias económicas del planeta provocará efectos destructores en países que nada tienen que ver en las hostilidades y a millones de seres humanos que ignoran de dónde vienen sus nuevas penurias.**

Pero, para la lógica desquiciada de Trump, **"las guerras comerciales son buenas y fáciles de ganar"**. Así lo escribió en marzo pasado en Twitter: "Cuando un país, EE UU, está perdiendo muchos miles de millones de dólares en comercio con, virtualmente, cada país con el que hace negocios, las guerras comerciales son buenas, y fáciles de ganar (...) cuando estamos con un déficit de 100.000 millones de dólares con un determinado país, y se ponen listos, no comerciamos más –y ganamos ampliamente. ¡Es fácil!".

El contradictorio ocupante de la Casa Blanca, un mes después, daba por perdida la "guerra fácil", también en un tuit: "No estamos en una guerra comercial con China, esa guerra se perdió hace muchos años por personas tontas o incompetentes que representaban a EE UU. Ahora tenemos un déficit comercial de 500.000 millones al año, con robo de propiedad intelectual



de 300.000 millones. ¡No podemos permitir que continúe!".

Sin embargo, la guerra planteada por Trump no será buena, ni es segura la victoria. Lo llamativo es que tampoco era una guerra necesaria. Su origen no está en las prácticas comerciales, de las que el magnate neoyorkino acusa a China, ni en las numerosas protecciones con que el gobierno de ese país ha ido favoreciendo su desarrollo nacional. En las últimas dos décadas, la comunidad internacional estableció mecanismos multilaterales para solucionar este tipo de problemas, a través de la OMC.

Pero claro, la comunidad internacional y la OMC son detestadas por Trump, porque en su concepción representan "intereses extranjeros" y él predica América Primero. **La causa de que el mundo se haya precipitado en la letrina de una posible guerra comercial está en la cabeza de Trump,** poblada –como escribió **Lluís Bassets**– "de unas ideas simples y peligrosas sobre el libre comercio y la economía global propias de otros tiempos". Bassets afirma: "Prietas las filas con halcones del comercio y de la guerra, el presidente loco tiene todas las cartas para hacer una trastada al universo entero".

Trump, enarbolando la bandera de América Primero, ha decidido dar la batalla porque el mundo es un lugar plagado de enemigos y él, el "*cowboy* solitario" quiere enfrentarlos: "Hemos sido maltra-

tados como país durante muchos años; todos han sacado ventaja de nosotros, y esto no va a volver a ocurrir nunca más. Las guerras comerciales no son tan malas. Porque somos más poderosos que ellos".

La respuesta de Beijing fue clara: **"Ningún intento de poner a China de rodillas a través de amenazas e intimidación han tenido nunca éxito y tampoco lo tendrán en esta ocasión"**, aseguró el portavoz del Ministerio de Relaciones Exteriores chino, **Geng Shuang.** China está siempre dispuesta a dialogar en materia comercial, "pero la oportunidad de consultas y negociación ha sido omitida por EE UU una y otra vez", dijo en referencia a las solicitudes que el gobierno chino hizo en su momento para dialogar a través de la OMC.

Aunque veamos negociaciones como las de finales de mayo, e idas y venidas, la guerra no ha hecho más que comenzar. Para Trump solo puede tener un final: **la victoria de EE UU.** El ascenso del extremista Peter Navarro al círculo aúlco del Salón Oval, tras haber sido relegado por Cohn, fue un mensaje para el gabinete y toda la Casa Blanca. La satanización del déficit y de los tratados comerciales "abusivos" son la doctrina de guerra de Trump y el equipo de los "halcones" su Estado Mayor.

Los referentes tradicionales del Partido Republicano han sido desplazados y sus tibias peticiones de precaución manifies-

tamente desoídas. El líder republicano en el Congreso, Paul Ryan, que a mediados de abril había urgido a dar marcha atrás en las medidas proteccionistas, tuvo que anunciar que se retiraba de la política.

Feliz de representar el papel de *outsider*, del héroe solitario que se enfrenta a todos –solo ante el mundo–, Trump, ahora desde la Casa Blanca, nos recuerda que aquellas declaraciones a *Playboy* no eran improvisadas: "Llevo más de 25 años diciendo que esto es lo que hay que hacer".

Para fundamentar sus aranceles –las primeras escaramuzas de la "guerra comercial" planteada–, Trump argumentó contra China a través de sus funcionarios Lighthizer y Ross, acusando al país prácticas comerciales injustas en materia de transferencia de tecnología, propiedad intelectual e innovación en base al informe de la Sección 301 de la Oficina del Representante Comercial de los EE UU (USTR por su sigla en inglés).

Stephen S. Roach, ex presidente de Morgan Stanley Asia, su economista jefe y profesor principal en Yale's School of Management, muestra la inconsistencia de esos papeles: "Pero no nos engañemos. El informe yerra el tiro en varias áreas clave. Primero, acusa a China de 'transferencia de tecnología forzada', arguyendo que las empresas estadounidenses deben entregar los diseños de tecnologías patentadas y sistemas operativos para poder hacer negocios en China (...). Notablemente, EE UU y otras corporaciones multinacionales entran voluntariamente en estos acuerdos negociados de manera legal por razones comercialmente sólidas –no solo para establecer un punto de apoyo en los mercados domésticos de rápido crecimiento de China, sino también como una manera de mejorar la eficiencia operativa con una plataforma china *offshore* de bajo costo–."

Roach explica: "Retratar a las empresas estadounidenses como víctimas inocentes de la presión china ciertamente va en contra de mi propia experiencia como participante activo en la empresa mixta entre Morgan Stanley y el Banco de Construcción de China (y unos pocos inversores minoritarios pequeños) para crear la Corporación China de Capital Internacional en 1995. Efectivamente, cuando nos

juntamos con nuestros socios para crear el primer banco de inversión de China, compartimos nuestras prácticas comerciales, los productos patentados y los sistemas de distribución. Sin embargo, contrariamente a las afirmaciones del representante comercial de EE UU, no puede decirse que nos obligaron a cerrar estos acuerdos. Teníamos nuestros propios objetivos comerciales y queríamos crear una firma de servicios financieros de nivel mundial en China. Cuando vendimos nuestra participación en 2010 –con un retorno, podría agregar, bastante atractivo para los accionistas de Morgan Stanley–, la Corporación China de Capital Internacional estaba muy encaminada para alcanzar estos objetivos".

Para Trump y sus energúmenos, agrega el ex vicepresidente de Morgan Stanley, "la campaña Hecho en China 2025 es la evidencia *prima facie* de un plan socialista enrevesado para alcanzar un predominio global en las grandes industrias del futuro: vehículos autónomos, trenes de alta velocidad, tecnologías de información y herramientas mecánicas avanzadas, nuevos materiales exóticos, industria bio-farmacéutica y productos médicos sofisticados, así como nuevas fuentes de energía y equipos agrícolas avanzados".

Pero esas argumentaciones son falsas y de una hipocresía flagrante. En un artículo titulado "Cómo perder una guerra comercial", Roach, con una vasta experiencia en China dirigiendo los negocios de Morgan Stanley, escribe: "El USTR acusa a China de patrocinar una cepa única de políticas industriales dirigidas por el Estado y altamente subsidiadas, destinadas a arrebatarle la supremacía competitiva a los sistemas basados en un mercado libre y

Trump nos recuerda que aquellas declaraciones a Playboy no eran improvisadas: "Llevo más de 25 años diciendo que esto es lo que hay que hacer"

abierto como EE UU, que supuestamente se rigen por reglas diferentes. Sin embargo, hasta los países desarrollados se han basado en la política industrial para alcanzar objetivos económicos y competitivos a nivel nacional".

Así lo hizo EE UU después de la guerra, con el apoyo estatal al poderoso complejo militar-industrial, eje de la innovación patrocinada por el Estado y financiada por los contribuyentes del país y por "contribuyentes involuntarios" de Asia, África y América Latina. Así también lo hizo Japón para el llamado Estado de desarrollo racional planificado, que apuntaló su rápido crecimiento en los años 1970-80, con créditos subsidiados por el Estado y aranceles para proteger a las industrias emergentes de Japón. Igualmente, Alemania y el resto de la UE desarrollaron políticas de subsidios y aranceles para consolidar su desarrollo.

Como señala Roach, EE UU hace innovación y política industrial simplemente a través de su presupuesto de defensa federal –donde los gastos cercanos a 700.000 millones de dólares este año son más que el total de los gastos para defensa de China, Rusia, Reino Unido, India, Francia, Japón, Arabia Saudita y Alemania juntos–. "Es absolutamente correcto al subrayar el papel que juega la innovación a la hora de forjar el futuro de cualquier país –afirma–. Pero decir que solo China se basa en la política industrial como un medio para lograr este objetivo es el colmo de la hipocresía".

En síntesis, el documento que dio base y justificación a la "guerra comercial" desatada por Trump no es más que un panfleto para exacerbar el sentimiento anti-China en EE UU, que lamentablemente da réditos electorales. Como afirma el prestigioso profesor de Yale, estamos ante un EE UU que cada vez más se ve a sí mismo como una víctima: "Como el resto de nosotros, los chinos efectivamente son competidores duros, y no siempre se guían por las reglas. Por eso, necesitan asumir su responsabilidad. Pero la acusación formulada por el USTR es un síntoma incómodo de una mentalidad de chivo expiatorio que ha convertido a EE UU en una nación de llorones".

Escenario IV. El miedo a China: un conflicto más allá del comercio

La disputa comercial que enfrenta a Washington con Beijing es solo una faceta de las tensas relaciones entre ambas superpotencias. Lo que está en juego en realidad es quién determina, y hacia dónde va, el rumbo del orden internacional.

Dos de las mayores economías del mundo han iniciado las primeras escaramuzas de una guerra comercial de imprevisibles consecuencias para la estabilidad global. El agresor ha sido Trump, imponiendo aranceles punitivos, primero a lavadoras y paneles solares, luego al acero y el aluminio y ahora amenazando con extenderlos hasta 200.000 millones de dólares a productos chinos y prohibiendo o limitando las inversiones de ese origen en su país. Y Beijing reaccionó a la imposición de aranceles por parte de Washington con la amenaza de replicar obstáculos similares y señalando que no se amedrentaría ante una eventual guerra comercial.

Los argumentos falsos de Trump han sido cuestionados por los más prestigiosos economistas de EE UU, por un amplio sector de los legisladores republicanos y aun por miembros de su propio gabinete, como Tillerson (despedido intempestivamente por hacerlo). Pero si fueran aceptados como parte de un análisis hipotético, el llanto, las quejas y los reclamos del teatral mandatario estadounidense deberían dirigirse hacia los responsables de las anteriores administraciones de su país, que firmaron los acuerdos comerciales que, presuntamente, permitieron esos "abusos" y contra los legisladores de su partido (en buena parte sentados todavía en sus bancas), que ratificaron esos convenios por amplias mayorías.

Ana María Salazar, ex adjunta de Defensa de EE UU, reconoció durante una entrevista en CNN en marzo pasado que la apertura del comercio había sido una estrategia de seguridad nacional: "La posición que había tomado EE UU –después de la Guerra Fría– de crear alianzas comerciales, exigir la apertura comercial alrededor del mundo, es porque eso permitía automáticamente crear alianzas



para enfrentar a enemigos en común como Rusia, China, amenazas del terrorismo. Entonces, cuando se crea todo ese sistema, la idea era, sí que los países se beneficiaran, que hubiera crecimiento y que hubiera libertad y democracia (...) pero la verdad, la verdad, la verdad, también tenía que ver con esta óptica de que se crean alianzas tan fuertes que no pueden ir en contra de tus aliados..."

La verdad no era el libre comercio. Era una estrategia militar de seguridad nacional para EE UU. Generar vínculos comerciales tales que limitaran o anularan la capacidad de autonomía política de sus socios. Es lo que acaba de descubrir Europa, expresado de manera impecable por el ministro de Economía de Francia, Bruno La Maire: "Debemos recuperar soberanía, no podemos ser vasallos de EE UU".

La tendencia de la economía estadounidense a ser deficitaria tanto en lo fiscal como en lo comercial es de larga data y está vinculada a varios factores: por un lado, el reemplazo de su tradición manufacturera (los *blue jobs*) por la industria financiera y de seguros (los *white jobs*) como principal fuente de recursos, que le permitió convertirse –como expresara un economista británico– en una gigantesca "aspiradora de dólares"; por otro lado, el desaforado consumismo interno y, por último, cierta autocomplacencia al consi-

derar que su "hegemonía mundial" estaba destinada a permanecer en el tiempo.

China y otros países –siguiendo el modelo de desarrollo asiático– apostaron a producir intensivamente, aprovechar las oportunidades que le brindaba la apertura comercial planetaria, evitando las tentaciones de las burbujas financieras, y comenzaron a recoger rápidamente sus frutos. Mientras tanto, EE UU siguió su "fiesta de consumo" y estrelló su estrategia de apuesta a la especulación financiera en 2008, contaminando al mundo con una recesión de casi una década. No es culpa del mundo que "maltrata a EE UU" según la versión de Trump, sino de los errores propios de la primera potencia económica mundial, que redujeron su significación global casi a la mitad en menos de 50 años.

Fruto de ese proceso, las economías de EE UU y China han quedado profundamente vinculadas entre sí, con un volumen de intercambio de 700.000 millones de dólares en 2016. China representa el tercer destino de las exportaciones de EE UU y el principal origen de sus importaciones. Ese intercambio proporciona a China un gigantesco superávit comercial, del orden de los 350.000 millones de dólares. Durante ese año, EE UU fue el país con mayor déficit comercial a nivel

global, con más de 796.000 millones de dólares, seguido por el Reino Unido con 226.000 millones.

China ha aplicado una parte importante de ese saldo comercial favorable a comprar deuda pública estadounidense, con lo que contribuye a financiar el presupuesto del país gobernado por Trump, crónicamente deficitario. EE UU es el país más endeudado del planeta, con 22 billones de dólares, lo que representa el 107,11% de su PIB.

Trump cree que el déficit comercial es el factor que explica por qué la economía de EE UU crece por debajo de su potencial, pero no existe una relación directa que lo justifique. De hecho, los números rojos en la balanza comercial no son ni positivos ni negativos. En la evolución de la balanza comercial de EE UU, durante las últimas dos décadas, puede verse que, a finales de la década de 1990, mientras la economía crecía al doble, el déficit también subía.

La realidad es que no se trata solo de comercio. Las tensiones desatadas por Trump, con apariencia de "guerra comercial" son un intento de socavar las bases de la economía china y generarle inestabilidad interna, como parte de un enfrentamiento mayor en términos económicos, militares y políticos.

Como señala Joseph Stiglitz, en "La confusión comercial de Trump": "El conflicto comercial de hoy revela hasta qué punto EE UU ha perdido su posición global dominante. Cuando una China pobre y en desarrollo empezaba a incrementar su comercio con Occidente hace un cuarto de siglo, pocos imaginaban que ahora sería el gigante industrial del mundo. China ya ha superado a EE UU en producción industrial, ahorros, comercio y hasta PIB si se mide en términos de paridad de poder adquisitivo. Aún más atemorizador para muchos en los países avanzados es la posibilidad real de que, más allá de avanzar rápidamente en su competencia tecnológica, China en verdad pueda liderar en una de las industrias clave del futuro: la inteligencia artificial (IA). La IA se basa en los datos y la disponibilidad de datos es fundamentalmente una cuestión política que implica cuestio-



Xi Jinping

nes como la privacidad, la transparencia, la seguridad y las reglas que dan marco a la competencia económica".

La imposibilidad de competir en determinados territorios como Asia Central se debe a que la disponibilidad de fondos de China habilita el desarrollo de su gran estrategia geopolítica expresada en la nueva Ruta de la Seda. Su potente acceso a los recursos alimentarios, energéticos y minerales de América Latina y África, que están permitiendo a esas dos regiones iniciar el ansiado proceso de desarrollo y salida de la pobreza y el fuerte intercambio con los países de ASEAN y el resto de Asia Pacífico, que consolidan su presencia regio-

El presidente chino, Xi Jinping, anuncia su ambición de convertir a China en el líder de lo que él llama, la "civilización ecológica", un mundo de decisiones multilaterales, de prosperidad compartida y en paz para 2050.

nal, son preocupaciones que han desatado los "ardores nacionalistas" al interior de la Casa Blanca.

La paranoide interpretación del mundo que Peter Navarro se ha desarrollado extensamente en sus libros –como *Muerte en China: Confrontando al Dragón - Cómo América perdió su base productiva, Las guerras de China que vienen: dónde se pelearán y cómo se pueden ganar y expandir, El Tigre agazapado: Qué significa el militarismo chino para el mundo o Siempre un ganador*, entre otros–, en los que describe de manera obsesiva la amenaza que representa China para la economía de EE UU y el deseo de este país de convertirse en la potencia económica y militar dominante en Asia. Muchas de sus tesis han sido usadas Trump en su campaña.

Con relación a China, Navarro piensa que "la Casa Blanca ha sido total y completamente blanda con las prácticas comerciales ilegales de China" y que "la situación actual es la peor de todas las posibles para EE UU", además de que "los hackers militares y civiles de China buscan robar los planos y los procesos de fabricación patentados de empresas estadounidenses grandes y pequeñas" y que "los ciber-espías chinos analizan todo, desde correos electrónicos, listas de contactos y resultados de pruebas hasta la información sobre los precios".

FOTO: DR

Pero el asesor de Trump no se limita a atacar a China. También ataca duramente a Alemania, con argumentos similares: la suposición de que se utiliza un euro "extremadamente infravalorado" para explotar a EE UU y a sus socios de la UE" ha dado fundamento a las presiones de Trump sobre Merkel.

Consciente de esos límites, EE UU, como superpotencia en retroceso, intenta atacar los cimientos comerciales y económicos de una ascendente y poderosa China. Trump ha decidido dar la batalla. Con la bandera de América Primero, renueva el pensamiento de un ultra-nacionalismo que acarrió trágicas consecuencias durante el siglo XX. **Reflota lo peor de la Guerra Fría y, con una mentalidad binaria, considera que el mundo es un lugar plagado de enemigos y ha llegado el momento de defenderse.**

La designación del ex director de la CIA, Mike Pompeo, como actual secretario de Estado, muestra un rumbo peligroso. Como advirtió Zhang Zhexin, investigador de los Institutos de Estudios Internacionales de Shanghai, a *The South China Morning Post*: "Definitivamente esto no es una buena noticia para las relaciones entre China y EE UU (...). Pompeo podría causar un mayor deterioro en las disputas comerciales entre los dos países, y las tensiones podrían extenderse a los ámbitos de seguridad y diplomáticos. Pompeo siempre ha mantenido una posición muy conservadora, y es probable que sea aún más duro con las relaciones sino-estadounidenses que Trump, lo que en cierta medida ampliará el conflicto entre ambos países".

El conflicto sin duda se agudiza de manera muy peligrosa para la estabilidad mundial. El último informe de seguridad nacional publicado por el Gobierno estadounidense habla de un "regreso a la competencia entre las grandes potencias", un modo de expresar una nueva Guerra Fría. En ese mismo documento se expone el pretexto de los aranceles punitivos por el robo en masa de la propiedad intelectual de EE UU. Pero en la segunda página del informe se pone de manifiesto el verdadero mo-

tivo: "China y Rusia desafían el poder, la influencia y los intereses de EE UU. Están intentando erosionar la seguridad y el bienestar del país".

No se trata solo de una lucha entre dos sistemas sino de una verdadera colisión entre las superpotencias en relación al rumbo que debe tomar el planeta. Por un lado, Trump busca retornar al protagonismo hegemónico de EE UU como líder mundial, al proteccionismo y nacionalismo populista del siglo pasado, con vocación beligerante. Por el otro, el presidente chino, Xi Jinping, anuncia su ambición de convertir a China en el líder de lo que él llama, la "civilización ecológica", un mundo de decisiones multilaterales, de prosperidad compartida y en paz para 2050.

Según un estudio de agosto de 2017 del Pew Research Center, un *think tank* con sede en Washington que brinda información sobre problemáticas, actitudes y tendencias que caracterizan a EE UU y el mundo, **en muchos países clave de Medio Oriente, América Latina, África e incluso Europa, China es claramente más popular que EE UU.**

La resolución del conflicto la tienen precisamente el resto de los países del mundo. O se refuerza el proceso de globalización y apertura de mercados con las correcciones regulatorias necesarias, en el marco de un multilateralismo que ha permitido una era de prosperidad y lucha contra la pobreza o se retorna al encierro en los límites territoriales soberanos, a contramano de los avances tecnológicos que marchan, como señala Jeremy Rifkin, hacia una "civilización empática" de sueños y logros compartidos.

Hace 2.500 años, Tucídides, historiador y estratega griego, explicaba las tensiones entre Atenas y Esparta: "Cuando un nuevo poder amenaza con sustituir a un poder establecido, la guerra es inevitable". Pero como señalamos al comienzo, ya Henry Kissinger, el estratega y constructor de los vínculos modernos entre EE UU y China, advirtió una restricción a la llamada "trampa de Tucídides": el "límite económico". No ganan la guerra los deudores. ●

Trump dixit

“No estamos en una guerra comercial con China, esa guerra fue perdida hace muchos años por las personas tontas, o incompetentes, que representaban a EE UU”.

“Cuando se envía un automóvil a EE UU desde China, existe una tarifa a pagar del 2 ½%. Cuando se envía un automóvil a China desde EE UU, hay una tarifa a pagar del 25%. Suen a comercio libre o justo. No, suena como COMERCIO ESTÚPIDO -¡continuado por años!”

“Cuando un país (EE UU) pierde muchos miles de millones de dólares en el comercio con prácticamente todos los países con los que tiene negocios, las guerras comerciales son buenas y fáciles de ganar. Por ejemplo, cuando hemos bajado 100 mil millones con un determinado país y se ponen lindos, ya no intercambian, ganamos a lo grande. ¡Es fácil!”

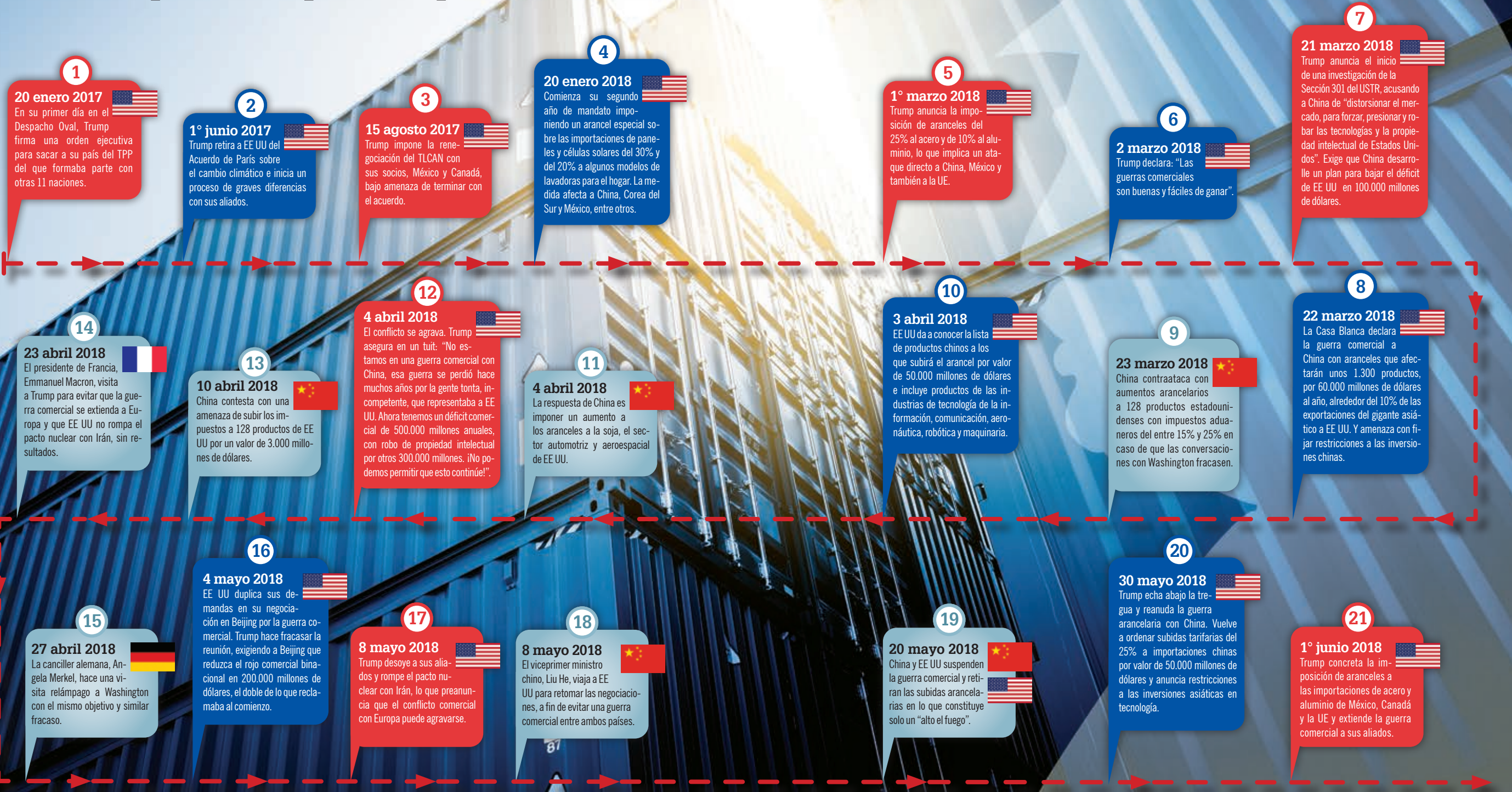
“Tenemos un déficit comercial MASIVO con Alemania, además ellos pagan MUCHO MENOS de lo que deberían a la OTAN y las fuerzas armadas. Muy malo para USA. Esto cambiará”.

“Cuando caminas por la Quinta Avenida todos tienen un Mercedes Benz frente a sus casas. Ustedes (europeos) han sido muy injustos con EE UU”.

“Tenemos un déficit comercial con Canadá, como hacemos con casi todos los países (algunos de ellos masivos). A Justin Trudeau de Canadá, un tipo muy bueno, no le gusta decir que Canadá tiene un excedente frente a EE UU (Negociando), pero lo hacen... casi todos lo hacen... ¡y así es como yo sé!”

“El primer ministro Justin Trudeau de Canadá actuó tan manso y suave durante nuestras reuniones @ G7 solo para dar una conferencia de prensa después de que me fui, diciendo que "los aranceles de los EE UU. Eran un poco ofensivos" y que "no se dejarán intimidar". Muy deshonesto y débil. ¡Nuestros aranceles son en respuesta a los suyos del 270% en productos lácteos!”

Secuencia de la escalada de la guerra comercial planteada por Trump



Actualidad empresaria

1. CARGILL - EE UU



Cargill invertirá más de 18 millones de euros en el puerto de Barcelona. La empresa norteamericana construirá dos nuevos silos y una instalación mecánica, principalmente para la descarga de haba de soja. Especializada en compra, procesamiento y distribución de cereales y aceites vegetales, Cargill concretará una inversión de 18,2 millones de euros en sus instalaciones del recinto portuario de Barcelona. Los nuevos silos incrementarán la capacidad de almacenaje de la planta en un 35%. Además, se incorporará una nueva instalación mecánica para la descarga y transporte de haba de soja. Por otra parte, el puerto de Barcelona indicó que elaborará un estudio para valorar la viabilidad de la ampliación de calado del muelle Álvarez de la Campa, donde se encuentra instalada Cargill desde 1976, lo que permitirá a la firma recibir barcos de dimensiones superiores a los que opera en la actualidad.

2. NOATUM MARITIME SERVICES - ESPAÑA



Noatum Maritime Services abre nueva delegación de Marmedsa Oil & Gas en Houston. Noatum Maritime Services, la división de servicios marítimos de Noatum Maritime, líder en servicios marítimos, logísticos y portuarios abrió, a través de su subsidiaria Marmedsa Oil & Gas, una nueva delegación en Houston, EE UU, donde contará con oficina comercial y almacén. Durante la primera

fase, Marmedsa se centrará en ofrecer servicios especializados a la industria petrolera y del gas, reforzando las soluciones que habitualmente ofrece al sector. "Esta nueva delegación nos permitirá ampliar nuestra presencia global como agencia marítima y de representación comercial", aseguró el consejero delegado de Noatum Maritime, Antonio Campoy, quien destacó que la nueva delegación consolidará la oferta de soluciones de transporte especializado en el sector de petróleo y gas, actividad con gran potencial de crecimiento. Noatum Maritime Services atiende más de 10.000 escalas anuales, mueve más de 285.000 TEUs y 750.000 toneladas de carga comercial.

3. SANTANDER - ESPAÑA



Banco Santander se asocia con Bank of Shanghai en la iniciativa de la nueva Ruta de la Seda del siglo XXI. Banco Santander y Bank of Shanghai firmaron un memorándum de entendimiento que establece su cooperación estratégica en la iniciativa de la nueva Ruta de la Seda, con especial atención a Europa y América Latina. La iniciativa es una propuesta liderada por China para conectar China continental, los países de la ASEAN, Oriente Medio y Europa Central y Oriental por carretera y rutas marítimas. Según los términos del acuerdo, Banco Santander y Bank of Shanghai proveerán conjuntamente servicios financieros a empresas chinas para sus inversiones en el extranjero, en áreas como gestión de liquidez y financiación comercial, banca transaccional de empresas, tesorería y banca de inversión. Por su parte, Bank of Shanghai apoyará a empresas que quieran internacionalizar sus negocios en áreas como construcción de infraestructuras, producción internacional y fabricación de equipos.

4. MERCADO LIBRE - ARGENTINA



Mercado Libre abrirá su primer centro de distribución en Argentina. Las empresas Mercado Libre y Plaza Logística anunciaron el inicio de las obras del primer centro de distribución para comercio electrónico en Argentina. El centro de distribución se ubicará en el partido bonaerense de La Matanza y estará operativo en el primer trimestre de 2019. En la primera etapa, Plaza Logística invirtió 615 millones de pesos, destinados a la construcción de 38.000 metros cuadrados, mientras que en la segunda etapa se estima una inversión de 800 millones de pesos para el desarrollo de 70.000 metros cuadrados. Por su parte, Mercado Libre confirmó una participación de 110 millones de pesos destinados al sistema de clasificación de paquetes. Según la empresa logística, la cinta transportadora de 300 metros lineales despachará hasta 14.000 bultos por hora o 300.000 diarios a los distintos destinos.

5. KARDEX - SUIZA



Kardex consolida su hub en Colombia y aspira abrir dos nuevas oficinas en América del Sur. La multinacional líder en logística, Kardex, tiene previsto consolidar su *hub* colombiano y avanzar por la región. Entre las metas propuestas en América del Sur para 2018, Kardex espera facturar cinco millones de euros –de los cuales Colombia aportaría un 15%–, y montar dos nuevas oficinas. Según Daniel López, director de nuevos negocios

de la firma para América Latina y la península ibérica, los principales mercados en el sector son Chile y Brasil, que aportarían este año 1,5 millones y un millón de euros respectivamente. Dedicada a la automatización y robotización en operaciones logísticas, Kardex registra un ritmo de crecimiento en América Latina del 25 a 30% anual en los pedidos y aspira a una facturación de 9,5 millones de euros para 2021. Para López, la inversión en automatización no tiene por qué estar restringida a grandes cuentas, sino que "todas las empresas medianas deben desarrollar su actividad y hacerla más productiva". Actualmente, Kardex tiene una facturación cercana a los 410 millones de euros anuales a nivel mundial.

6. WALMART - EE UU



Walmart invertirá en la empresa de e-commerce Flipkart. La mayor cadena de distribución minorista del mundo firmó un acuerdo para convertirse en el mayor accionista de Flipkart, empresa india de comercio electrónico. La adquisición del 77% de la firma de *e-commerce* cerró en 13.467 millones de euros, precisó Walmart en un comunicado. "India es uno de los mercados minoristas más atractivos del mundo, dado su tamaño y tasa de crecimiento, y nuestra inversión es una oportunidad para asociarse con la empresa que lidera la transformación del *e-commerce* en el país asiático", afirmó el presidente de Walmart, Doug McMillon. Además, el empresario resaltó que tendrán como principales socios estratégicos a Tencent, Tiger Global y Microsoft. En ese sentido, McMillon destacó que confían en que el grupo

proporcionará a Flipkart una mayor ventaja estratégica y competitiva. Por su parte, el cofundador de la firma india y director ejecutivo del grupo, Binny Bansal, expresó: "Si bien el comercio electrónico es una parte relativamente pequeña del comercio minorista en la India, veo un gran potencial para crecer".

7. JD.COM - CHINA



JD.com presentó una nueva tienda online en España y anunció la apertura de un almacén logístico. JD.com puso su pie en España con la plataforma Joybuy.es, una nueva tienda *online* que ofrece más de 100.000 productos, principalmente procedentes de China. El lanzamiento de la plataforma representa la cuarta plataforma que la empresa china de comercio electrónico presenta al mercado en una lengua extranjera, después de inglés, ruso e indonesio. Por otra parte, acompañando la apertura de la tienda *online*, JD.com tiene previsto armar un almacén logístico en el país ibérico, a través del cual planea mejorar los servicios de entrega en Europa. Según Reuters, se lanzará un plan piloto con 12 unidades, iniciando por México, donde la empresa asegura tener una organización sólida en términos globales. "Si prueban su utilidad en el uso de reparto y carga en México, entonces DHL consideraría venderlas a las empresas interesadas", afirmó el vicepresidente de innovación y soluciones para clientes, Nabil Malouli. El StreetScooter puede circular a una velocidad máxima de 80 kilómetros por hora y su batería tiene una autonomía de 100 kilómetros de uso continuo. ■

8. FUJIAN CONSTRUCTION ENGINEERING - CHINA



Firma de Fujian construirá un parque industrial en Kenia. El

brazo inmobiliario de Fujian, Construction Engineering Group Co., anunció la construcción de un parque industrial en la ciudad portuaria de Mombasa, Kenia. Con una inversión estimada en 94,6 millones de dólares, de los que 50% será aportado por la empresa china y el resto provendrá de créditos bancarios, la nueva infraestructura estará destinada al desarrollo de materiales de construcción, textiles y servicios logísticos. "Esta inversión está diseñada principalmente para crear una plataforma de cooperación sino-africana", dijeron desde China Wu Yi Co., empresa encargada del desarrollo. El proyecto forma parte del plan impulsado por el gobierno chino para reactivar la antigua Ruta de la Seda.

9. DHL - ALEMANIA



DHL explora comercializar vehículos eléctricos en México. La empresa alemana de paquetería DHL busca comercializar en mediano plazo vehículos eléctricos en México. Se trata de la camioneta eléctrica StreetScooter, que la firma produce y comercializa en Alemania. Según Reuters, se lanzará un plan piloto con 12 unidades, iniciando por México, donde la empresa asegura tener una organización sólida en términos globales. "Si prueban su utilidad en el uso de reparto y carga en México, entonces DHL consideraría venderlas a las empresas interesadas", afirmó el vicepresidente de innovación y soluciones para clientes, Nabil Malouli. El StreetScooter puede circular a una velocidad máxima de 80 kilómetros por hora y su batería tiene una autonomía de 100 kilómetros de uso continuo. ■

10. SHELL - HOLANDA



Shell y Airflow Truck presentaron Starship, camión ultra eficiente. Shell Lubricantes y AirFlow Truck Company presentaron un nuevo camión con un consumo ultra eficiente de combustible. Este vehículo de última generación, llamado Starship, fue diseñado y construido por ambas empresas con el objetivo de demostrar que es posible reducir la demanda de energía en el transporte de mercancías. "El transporte representa más de una cuarta parte del uso total de energía en el mundo y una quinta parte de las emisiones de dióxido de carbono relacionadas con la energía: el 72% se atribuye al transporte de carretera, del cual los camiones forman una parte significativa", explicó el director de tecnología para la innovación de Shell, Robert Mainwaring, quien aseguró que el incremento de la eficiencia y el ahorro de combustible en el sector del transporte comercial podría ayudar a reducir las emisiones. La relación con AirFlow Truck y otros proveedores para construir el Proyecto Starship es parte de un proceso de colaboración

liderado por Shell. En los últimos años, la empresa holandesa desarrolló un prototipo de vehículo con el que se analizaron ciertas características de peso, racionalización de espacio y lubricación conocido como Shell Concept Car. Con las inminentes regulaciones de ahorro de combustible y la necesidad de avanzar en el ahorro, Shell reconoce la importancia de un enfoque integral para alcanzar mejoras significativas. En ese sentido, la empresa asesoró técnicamente sobre los componentes del motor y la transmisión, así como sobre las necesidades de lubricantes para el uso de los camiones Starship. El nuevo vehículo utiliza el aceite de motor de alta resistencia totalmente sintético de última generación de Shell. "Maximizar la cantidad de carga que transporta el camión reducirá el ahorro de combustible –explicó la empresa en un comunicado–. Sin embargo, mejorará la eficiencia de la tonelada de carga y reducirá las emisiones de carbono específicas del peso".



Frankfurt

 Uno de los centros urbanos más importantes de Alemania, nudo de transporte europeo, esta ciudad concentra eventos de todos los sectores. Messe Frankfurt, mayor grupo ferial del mundo con recinto propio, confirma con su presencia la relevancia de la ciudad.

11 - 15 de junio, 2018
ACHEMA
En esta exposición internacional de ingeniería química y biotecnología se dan cita los mejores profesionales y especialistas. Este año incluirá intralogística, flujo de materiales, trazabilidad, transporte a temperatura controlada, transporte intermodal y gestión de cadena de suministro.
www.achema.de

24 - 28 de junio, 2018
ISC High Performance
Este evento de informática de alto rendimiento (HPC por su sigla en inglés), *networking* y almacenamiento aborda el desarrollo tecnológico de HPC, su aplicación en campos científicos y su adopción en entornos comerciales. En esta edición habrá un programa de 13 temas presentados por los mejores expertos.
www.isc-hpc.com

30 de junio - 3 julio, 2018
Tendence
Todas las novedades y tendencias en torno a los sectores de hogar, regalos y decoración, con nuevos productos e ideas para *concept stores*, inspiración y consejos para desarrollar las en una feria de bienes de consumo con unos 1.100 expositores internacionales de renombre y más de 20.000 visitantes.
www.tendence.messefrankfurt.com

11 - 15 de septiembre, 2018
Automechanika
Es el encuentro internacional más importante del sector automotriz, en el que se presentan todas las novedades sobre componentes, sistemas, accesorios, electrónica, mantenimiento y suplementos del automotor, además de todo lo último en tecnología, cuidado del medioambiente y reciclaje.
www.automechanika.messefrankfurt.com

FOTO: SEANPAVONEPHOTO/ISTOCKPHOTO.COM

27 - 29 de septiembre, 2018
Franchise Expo
Se trata de la feria de franquicias más grande de Alemania, ideal para quienes inician su propio negocio, los interesados en la franquicia y las empresas que desean expandirse a través de franquicias. Expositores de Alemania, EE UU y otros países, marcas de franquicias establecidas y nuevas, en todos los niveles de inversión.
www.franchiseexpofrankfurt.com

2 - 4 de noviembre, 2018
Discovery Art Fair
Ofrece a los amantes del arte, coleccionistas y compradores una gama multifacética de productos: desde pinturas de gran formato hasta ediciones de bolsillo, pintura clásica, dibujo, grabado y escultura. La exposición se centra especialmente en la fotografía y el arte urbano, en una experiencia única para visitantes, artistas y *marchands*.
www.discoveryartfair.com

7 - 8 noviembre, 2018
Cloud Expo Europe
Cloud Expo Europe, Cloud Security Expo y Big Data World Frankfurt son eventos indispensables y estratégicamente conectados que tienen lugar en un solo lugar al mismo tiempo. Es una fascinante conferencia y feria comercial con interesantes seminarios, oradores de primer nivel y oportunidades de *networking*.
www.cloudexpoeurope.de



Murcia, mucho más que la huerta de Europa

 Murcia es hoy una región netamente exportadora. En solo 10 años, pasó de exportar 4.410 millones de euros a superar los 10.450. Su crecimiento fue acompañado de una estabilización de las importaciones, lo que le permite ser una de las pocas comunidades autónomas con saldo comercial positivo.

Por Ramiro López Crespo

Cuando los murcianos se refieren al trabajo dicen de sí mismos que "echan más horas que un reloj". Si tenemos en cuenta que el año pasado fueron la primera comunidad autónoma de España en crecimiento industrial interanual, con un

incremento del 9,8% frente al 2,5% que registró España, deberemos pensar que al dicho lo sustentan los hechos.

Murcia es la capital del municipio y de la comunidad autónoma de la Región de Murcia. Es el centro de la comarca natural de la Huerta de Murcia y de su área metropolitana. Está situada en el sudeste de la península ibérica, a orillas del río Segura, en la denominada depresión pre-litoral murciana, a 40 kilómetros en línea recta del mar Mediterráneo. Con

La Región de Murcia ha experimentado una transformación ejemplar en los últimos años, evolucionando desde un modelo exclusivamente productor al desarrollo de una industria competitiva, innovadora y eficaz.

439.172 habitantes, Murcia ocupa el séptimo puesto en la lista de municipios de España por población.

El área urbana de la ciudad comprende a unos 10 municipios de la Región de Murcia, con una población de alrededor de 650.000 habitantes. De este modo, el área urbana de Murcia ocupa el onceavo puesto en la lista de áreas metropolitanas de España.

Murcia es un importante municipio de servicios, cuyo sector terciario ha sucedido a su antigua condición de exportadora agrícola por antonomasia, gracias a su célebre y fértil huerta, por la cual era conocida con el sobrenombre de "la huerta de Europa". Entre sus industrias más destacadas se encuentran la alimentaria, la textil, la química, la de destilación y la fabricación de muebles y materiales de construcción.

Es también un centro de gran tradición universitaria, desde que fuera fundada la primera universidad, en 1272. Actualmente es sede de dos universidades, la pública Universidad de Murcia y la privada Universidad Católica San Antonio (UCAM), que atraen alrededor de 50.000 estudiantes al municipio. Tam-

FOTO: ALFREDOGARCIA/TV / ISTOCKPHOTO.COM



Urban Center, torres de oficinas

bién la cercana Universidad Politécnica de Cartagena es una de las casas de altos estudios de la Región de Murcia.

De su patrimonio histórico-artístico destacan su célebre catedral, de fachada barroca e interior principalmente gótico, su afamado casino, de suntuosos interiores, el denso patrimonio escultórico de Francisco Salzillo y un gran conjunto de edificios barrocos. En el ámbito cultural es conocida por su rico folclore, especialmente vistoso durante las Fiestas de Primavera y las procesiones de Semana Santa, declaradas de interés turístico internacional. El Consejo de hombres buenos de la Huerta de Murcia, ejemplo de tribunal consuetudinario de regantes del Mediterráneo español, está declarado patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la Unesco. En la región, el patrimonio cultural es vasto: el teatro de Cartagena y el castillo de Lorca son apenas dos ejemplos de la riqueza histórica de Murcia.

Entre los atractivos que dispone Murcia como región para los negocios se encuentra un aliado de envergadura, el cercano puerto de Cartagena. Es el cuarto puerto a nivel nacional en el tráfico de mercancías, por detrás de Algeciras, Valencia y Barcelona y por delante de puertos de importancia tales como

FOTOS: DR



Laboratorio de alimentos

Tarragona, Bilbao o Huelva. Desde allí se realizan el 60% de las exportaciones de la región y el 80% de sus importaciones (ver pág. 24 de esta edición de Marco Trade Revista).

La ciudad costera también es un importante polo petroquímico, donde varias empresas energéticas, como Repsol o Enargá, tienen una importante presencia. También es destacada la fabricación de plásticos. En los últimos años, ha alcanzado gran desarrollo en el sector terciario, fundamentalmente en actividades ligadas al turismo.

Murcia es el mascarón de proa de una región que no solo cuenta consigo misma y con Cartagena entre sus atractivos de negocios. En la actualidad, Lorca completa un triángulo sobre el que se vertebra el desarrollo económico de la región. Son muy importantes allí la agricultura, el ganado porcino y los sectores derivados de ambas actividades y la industria metalúrgica. La industria conservera se ha desarrollado a la sombra de la actividad hortofrutícola murciana y concentra en la actualidad casi el 70% de la actividad del sector a nivel nacional. Esta agroindustria, además de ser destino de gran parte de la producción regional hortofrutícola (alcachofas, pimiento, tomate,

champiñón, melocotón, albaricoque, mandarina, entre otros) ha propiciado el desarrollo de actividades relacionadas,

10 razones para invertir en Murcia

01.

Apuesta pública y privada por la tecnología y la innovación

02.

Localización estratégica entre el litoral mediterráneo y las comunidades autónomas vecinas

03.

Presencia del puerto de Cartagena, con gran capacidad de importación y exportación

04.

Fuerte desarrollo de las tecnologías en el preeminente sector agroalimentario

05.

Casas de altos estudios que generan personal altamente cualificado

06.

Una marca de región bien posicionada internacionalmente

07.

Gobierno regional y empresas con clara vocación de futuro

08.

Infraestructuras desarrolladas y grandes proyectos de infraestructura de transporte

09.

Entorno de negocios atractivo con compañías de alta tecnología y apoyo institucional

10.

Atractiva oferta turística, tanto en entornos naturales como en las ciudades de la región

MARCO. TRADE | 55

como el transporte, los envases metálicos y el cartón, en las que empresas de la región son líderes a nivel nacional. La mayor parte de las empresas de conservas vegetales se sitúan en los municipios de la Vega del Segura, del noroeste del río Mula y en el valle del Guadalentín. Las regiones vitivinícolas de Bullas, Jumilla y Yecla —esta última también con un importante desarrollo en la industria del mueble— terminan de completar el atractivo que la región ofrece en el ámbito de los negocios.

Murcia tiene un clima mediterráneo privilegiado, cuyas temperaturas arrojan una media de 18 °C con inviernos suaves y veranos calurosos y una población que, a diferencia de la estructura urbana de muchos municipios españoles, no se localiza mayoritariamente en el centro urbano. A lo largo del extenso término municipal se distribuyen numerosos núcleos de población que se denominan pedanías, lo que otorga a la ciudad un carácter tranquilo a pesar de su papel vertebrador de la región a nivel industrial, de servicios, y negocios.

Con una buena red de infraestructura, Murcia se encuentra conectada al resto de las ciudades de la península por una **red de autovías y tren**, aparte del mencionado puerto de Cartagena, a las que se sumará pronto el ansiado **tren de alta velocidad (AVE)**. El proyecto se encuentra en fase avanzada de desarrollo y terminará de tejer la interconexión de la ciudad con el resto de España y Europa.

En febrero de este año se firmó un acuerdo entre la Comunidad Autónoma de Murcia y Aena, ente público español encargado de regular la navegación aérea civil, para que el **Aeropuerto Internacional Región de Murcia** comience a operar a finales de 2018. Su apertura, según estimaciones de AENA, generará 500 empleos directos y 4.000 indirectos por cada millón de viajeros. Impactará positivamente en el sector turístico, principalmente con rutas desde Reino Unido y el norte de Europa. También podrá ser una alternativa positiva para la disponibilidad de carga aérea para determinados productos perecederos o los que el mercado reclame con mayor urgencia.



Pasarela del Malecón

Internacionalización

La vocación de internacionalizar los productos murcianos comienza a rendir frutos. **Las ventas de la Región de Murcia en los mercados internacionales alcanzaron el año pasado su máximo histórico, con un volumen total de 10.456 millones de euros**, cifra que supera los 10.440 del año 2014 y que marcaba hasta la fecha el récord de las exportaciones regionales.

La base exportadora regional se situó en las 4.999 empresas, uno de los objetivos del **Plan de Promoción Exterior** que coordina el Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO). Este plan, para el que se destinaron cerca de tres millones de euros durante el pasado ejercicio, ha permitido realizar 44 actuaciones, tanto **misiones comerciales directas e inversas** y asistencia a ferias de carácter internacional como jornadas, talleres, seminarios y cursos formativos e informativos en las que participaron 666 empresas regionales.

Murcia se ha convertido en una región netamente exportadora y, en apenas 10 años, ha pasado de exportar 4.410 millones de euros a superar los 10.450. Ese crecimiento, además, ha venido acompañado de una progresiva reducción y estabilización de las importaciones que ha hecho que la **Región de Murcia** sea en la actualidad una de las pocas comunidades autónomas que presenta un saldo comercial positivo.

Otra de las líneas del plan del INFO se centra en la diversificación de los destinos de las exportaciones regionales, para lo que —a lo largo del pasado año— se pusieron en marcha acciones estratégicas como los Planes Norteamérica o África. En este sentido, los mercados que integraban la acción, EE UU, Canadá y México, han registrado incrementos del 10,8%, 17,28% y 7,31% respectivamente.

Hacia América del Norte y África

El mercado estadounidense —en el que el INFO ha desarrollado 18 actuaciones en los últimos cinco años con la participación de 331 empresas— se confirma como el principal destino no europeo para las exportaciones regionales, con un volumen de ventas de 430,70 millones de euros. En el caso de **Canadá**, un mercado más reciente que presenta un gran potencial en sectores como el de la alimentación o el mueble, se han llevado a cabo hasta siete misiones comerciales en las que han participado 130 empresas, mientras que **México**, país en el que se han desarrollado una quincena de actuaciones con 190 empresas, se consolida como el principal mercado latino, con 92,96 millones de euros.

En cuanto a **África**, la presencia de los productos regionales ha experimentado un crecimiento del 4,2% gracias al aumento en mercados como **Marruecos** que, con 387,33 millones de euros, es el

FOTO: J.L.HIDALGO / ISTOCKPHOTO.COM.

más importante de este continente. Debido al interés que genera este país en las empresas regionales por su cercanía y por la buena aceptación de los productos españoles, el INFO ha llevado a cabo en los últimos cinco años una docena de actuaciones, en las que han participado 221 empresas y que reflejan un aumento de las ventas del 15,8% desde 2013.

Los sectores más relevantes

Por sectores, el de los **productos industriales y tecnológicos** y el **agroalimentario** lideran un año más las exportaciones regionales, con un volumen de ventas de 5.304,75 millones de euros y 4.251,20 millones de euros respectivamente. El grueso de esos 5.304,75 millones de euros, a su vez, corresponde a **combustibles y lubricantes**, que con 2.859 millones de euros se recuperan con respecto al año pasado, sin llegar a niveles como los de 2014, cuando los más de 4.000 millones de euros generaban una importante dependencia de los productos energéticos.

La **industria química**, uno de los sectores estratégicos de la economía regional, experimenta también un crecimiento del 14,41% y se sitúa en los 1.113,16 millones de euros. Junto a estas áreas, destacan otras como las de las **bebidas**, que pasa de 457,64 millones de euros a 507,48 millones de euros (10,89% de aumento interanual) gracias al incremento del 11,66% registrado por las ventas de vino, o el de bienes de consumo, que se mantiene en niveles similares a los de 2016, con un total de 393,30 millones de euros.

El vino murciano: Yecla y Jumilla

Las exportaciones de vino de la Región de Murcia —con denominación de origen en Yecla, Jumilla y Bullas— crecieron, entre enero y noviembre de 2017, un 13,8% respecto al mismo periodo del año anterior, lo que aportó un total de 166,37 millones de euros.

El vino de la región llega a los cinco continentes. En concreto, **48% de las ventas al exterior se distribuyó en Europa, el 28% en América, el 13 % en África, el 10% en Asia y casi un 1% en Oceanía.** Un 42% de estas exportaciones corresponden a países de la Unión

FOTO: DR



Europea (UE). Este esfuerzo exportador alcanzó incrementos respecto al mismo periodo del año anterior de hasta el 35% en Reino Unido y 44% en Bélgica.

Por países, **EE UU ocupa el primer lugar en importaciones de vinos murcianos, con el 16% del total** del periodo antes mencionado. En segundo lugar está Reino Unido (11%), seguido por Alemania y Canadá (5% cada uno). Bélgica, Nigeria, Suecia, Francia, México, Portugal, China y Japón importan alrededor de un 4 % cada uno.

En cuanto a los vinos con denominación de origen de Murcia, en la campaña 2016-2017 se exportaron un total de 204.416 hectolitros por un importe de 42,32 millones de euros, lo que supone alrededor de un 25% del vino total exportado por las bodegas de la región.

El vino tinto supuso el 92% del total exportado por las denominaciones de origen de Murcia, el blanco representó el 4% y el rosado el 2%. Esta distribución porcentual es prácticamente coincidente con las exportaciones de las denominaciones de origen de Jumilla y Yecla. El caso de la denominación de origen de Bullas fue distinto, ya que un 78% de lo exportado correspondió a vinos tintos, un 12% a blancos y un 10% a rosados.

El 45% de las exportaciones de las tres denominaciones de origen murcianas tuvo como destino la UE (principalmen-

te Alemania, Reino Unido y Dinamarca), el 27% América (principalmente EE UU y Canadá) y el 15% Asia (principalmente China y Japón).

El **director general de Innovación, Producciones y Mercados Agroalimentarios, Fulgencio Pérez**, destacó: **"El sector ha hecho una gran apuesta por la calidad** con la elaboración de vinos muy adaptados a los gustos actuales, lo que está permitiendo un aumento de las exportaciones y también de las ventas a nivel nacional".

Además, añadió: "La actividad vitivinícola contribuye a conservar el medio ambiente, a fijar población y es un elemento insustituible que genera actividad económica y empleo, lo que lo convierte en un **sector estratégico de nuestra economía**".

La huerta de Europa exporta

tecnología alimentaria

Las exportaciones de la región en el ámbito de la tecnología para la industria de la alimentación se han incrementado en 126% en los últimos cinco años. Específicamente, las ventas en los mercados extranjeros aumentaron de 17,55 millones de euros en 2013 a 39,67 millones en 2017.

Es importante resaltar que los destinos principales de este sector son tres países fuera de la UE: Egipto (12,83 millones), Camerún (4,39 millones) y Brasil (2,99 millones). Dentro de la UE, los compradores más importantes de tecnología alimentaria regional fueron Finlandia (2,32 millones) y Francia (1,24 millones). El gran crecimiento de este sector en los mercados extranjeros ha ido acompañado de una **creciente apuesta por la investigación, la innovación y los desarrollos tecnológicos**.

"El área agroalimentaria de la Región de Murcia ha venido experimentado una transformación ejemplar durante los últimos años, evolucionando desde un modelo que era exclusivamente productor a constituir en la actualidad una **industria altamente competitiva, innovadora, efectiva y eficaz** —señaló **Joaquín Gómez**, director del INFO, durante una visita a Gemina, empresa del sector—. Me contenta afirmar que este ámbito se ha consolidado como un referente tanto

en España como en el resto del mundo. También han surgido potentes industrias auxiliares y relacionadas como la de maquinaria industrial, que ha basado todo su desarrollo en la seguridad alimentaria, la innovación tecnológica y en la calidad del proceso y del talento humano".

Gémina es una de las empresas líderes en el sector de la tecnología para la industria agroalimentaria. Este emprendimiento ha puesto en marcha un plan de desarrollo para lograr convertirse en el primer fabricante nacional de equipos para procesar y envasar alimentos. Su eje prioritario es la apuesta por I+D+i. Actualmente, la empresa es una de las 50 principales organizaciones de este sector en España, a la vez que está presente en varios mercados de la UE y de otros países fuera de la comunidad, como México, Turquía, Perú o Cuba.

Sin duda alguna, Gémina es un ejemplo de cómo aprovechar las herramientas y recursos que los diferentes entes públicos murcianos han puesto a disposición de los miembros que conforman el tejido empresarial e industrial murciano.

José Antonio Franco Leemhuis, rector de la Universidad Politécnica de Cartagena, resume así la apuesta que el sector agroalimentario murciano ha hecho por la modernización del sector: "Un sistema de ciencia-tecnología-empresa bien vertebrado, impulsado desde hace décadas por la iniciativa tanto pública como privada, que constantemente ha generado nuevos conocimientos y tecnologías que han llegado a un sector empresarial que, innovando, los ha puesto en valor, el valor que proporciona la I+D+i. Un sistema que puede ser un referente perfectamente válido para po-

tenciar el resto de sectores empresariales de nuestra región."

La huerta digital

En febrero de este año, Murcia instaló por primera vez un "córner tecnológico" en la Fruit Logística en Berlín, considerada la feria más importante del sector hortofrutícola en el mundo. Allí mostró sus avances en soluciones y desarrollos tecnológicos que impulsan el crecimiento de este sector estratégico y que hacen de Murcia la "huerta digital" más avanzada y eficiente de toda Europa.

Murcia evidenció su apuesta por la I+D+i ante los más de 76.000 visitantes que acudieron a la feria. Los funcionarios que acompañaron la iniciativa destacaron: "En los últimos años, la industria agroalimentaria regional ha experimentado un importante crecimiento gracias al desarrollo de nuevos cultivos sostenibles, a la optimización en el uso de un bien tan escaso como el agua y la maximización del rendimiento de los suelos".

"Esta evolución ha sido posible –agregaron– gracias a un importante esfuerzo inversor en investigación e innovación que ha permitido la transformación digital de este sector con el desarrollo de sistemas de riego más eficientes, software y hardware para el control automatizado de los procesos agrícolas, la aplicación de tecnologías 4.0 –como drones para medir y analizar todos los parámetros de una plantación–, big data para conocer en profundidad su comportamiento y gestionar el riego, el control climático y la fertirrigación desde un móvil o un ordenador".

Según los funcionarios murcianos: "Todos estos avances convierten a la región en la comunidad autónoma líder en uno de los sectores que apuntalan esta transformación digital, el de la tecnología agrícola".

En definitiva, si se tiene en cuenta la diversificación de su industria, la oferta como ciudad a nivel servicios, la apuesta por la I+D+i y su situación estratégica en la región, junto a la vinculación al puerto de Cartagena, Murcia es una ciudad de alto potencial de negocios de primer orden. ●

FOTOS: DR

Los hermanos Roca en Murcia



En sintonía con los avances en materia de tecnología alimentaria y con la intención de dotar a "la huerta de Europa" de valor añadido, la UCAM ha nombrado recientemente a los hermanos Roca, dueños del afamado restaurante Celler de Can Roca, profesores honoríficos de de la carrera de Gastronomía, cuya aula de cocina lleva el nombre de "GastroLab Hermanos Roca".

Cabe recordar que la relación de los hermanos Roca con la UCAM procede del curso pasado, cuando Joan Roca impartió la lección inaugural del grado en Gastronomía en el Templo de Los Jerónimos. En el transcurso de la misma afirmó: "La gastronomía en este país es importante y la universidad le aporta metodología". En la visita que las autoridades universitarias hicieron al Celler de Can Roca, se

sentaron las bases para un convenio de colaboración en materia de prácticas de los alumnos que cursen los grados en Nutrición Humana y Dietética, Ciencia y Tecnología de los Alimentos y Gastronomía. Además, se pusieron los laboratorios de la UCAM a disposición de los hermanos Roca para temas de investigación y para apostar por la creación del plato desde el origen.



MARCO

TRADE.news

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

WWW.MARCOTRADE.NEWS

Murcia - Hitos 2017

Sector industrial, aumento del peso relativo



1ª Comunidad Autónoma en crecimiento interanual **9,8%**



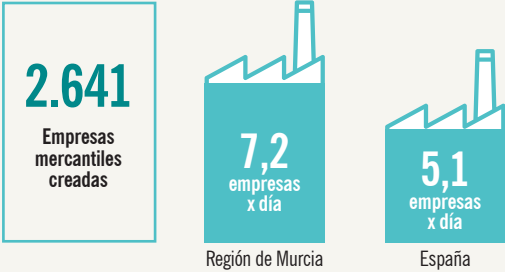
VAB Industria Región de Murcia **8,5%**



Peso relativo VAB **19,4%**



Emprendimiento



Innovación, líderes en crecimiento

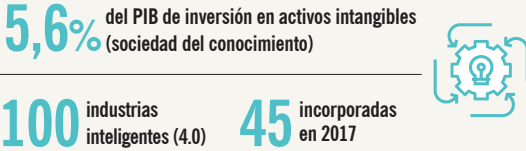
2ª Comunidad Autónoma en crecimiento interanual de I+D **10,2%**



2ª Comunidad Autónoma en crecimiento de la inversión en innovación **193,4** millones de euros de gasto en innovación

Crecimiento interanual **22,3%** (1,3% en España)

1ª Comunidad Autónoma en crecimiento interanual **16,6%**



11,2 millones de euros de presupuesto ejecutado en programas de apoyo a I+D+i (inversiones productivas EIBTs, transferencia tecnológica, diseño, cheque innovación, habilitadores 14.0, visado talento)



RIS3, proyectos estratégicos

x3 Las empresas multiplican por tres el dinero recibido del INFO para sectores estratégicos de la región

2 millones de euros **49** proyectos innovadores financiados **6** millones de euros de inversión generada

4 de cada 10 proyectos enmarcados en TICS, agroalimentos y hábitat



Ayudas a la cooperación público-privada y transferencia tecnológica

Préstamos + Subvención



22 grupos de investigación



Inversiones, dinamismo

Unidad de Aceleración de Inversiones



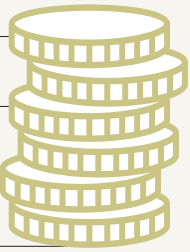
Inversiones

38 proyectos identificados

15 proyectos confirmados

559 millones de euros invertidos

1.200 puestos de trabajo



Internacionalización, expansión e inversiones, dinamismo

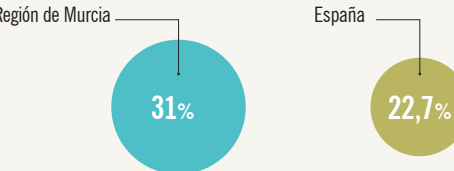
Incremento de las exportaciones



Crecimiento en 2017



Grado de apertura en 2016 (exportaciones sobre PIB)



Guía de la ciudad



Los mejores lugares donde alojarse, comer o tomar una copa, sitios que visitar si los negocios dejan un rato libre.

Alojamiento

Bussiness

Hotel NH Amistad de Murcia (1) Está situado en la principal zona comercial y de negocios de Murcia, a 100 metros de la avenida Gran Vía y 200 metros del Palacio de San Esteban. Cuenta con aparcamiento en el propio establecimiento, habitaciones modernas con TV vía satélite y conexión *WiFi* gratuita en todo el hotel. El Amistad dispone de un servicio de alquiler de coches, ofrece prensa gratuita en el vestíbulo y cuenta con un gran restaurante que sirve un desayuno *buffet*.

Condestable, 1, Murcia | +34 96 8282929 | www.hotelamistadmurcia.com

Hotel Sercotel JC1 (2)

Inaugurado en mayo de 2009, está ubicado en el complejo de negocios JC1 y a cinco minutos en tranvía del centro de la ciudad, con parada en la puerta del hotel. De marcado acento moderno, dispone de *spa*, restaurante y *WiFi* gratuito. Las habitaciones cuentan con aire acondicionado, baño privado, minibar y TV vía satélite. El Sercotel JC1 ofrece servicio de café por la mañana temprano y desayuno *buffet*. Es posible cenar en el restaurante principal o en la terraza.

Avenida Juan Carlos I, 55, Murcia | +34 968 858 844 | www.hoteljc1murcia.com

Hotel Nelva (3)

Se encuentra a solo 15 minutos a pie del centro histórico de Murcia y a un kilómetro del Palacio de Congresos. Dispone de piscina y *WiFi* gratuito. Todas las habitaciones presen-

tan una decoración moderna y e incluyen ducha de hidromasaje y TV vía satélite de pantalla plana. El restaurante Oro Negro sirve platos tradicionales de la región de Murcia.

Av. del Primero de Mayo, 5, Murcia | +34 968 060 200 | www.hotelmurcianelva.com

Lujo

La Torre Golf Resort (4)

Está situado al pie de la sierra de La Cadena entre Murcia, Cartagena y San Javier, en el centro del campo de golf La Torre. Es el lugar perfecto para los que desean descansar del estrés de la vida cotidiana u organizar un congreso o un evento. Cuenta con 133 espaciosas habitaciones de lujo con tecnología de última generación, balcón o terraza con espectaculares vistas al campo de golf. Si bien se encuentra a solo 20 minutos de Murcia y de Cartagena, es imprescindible un auto.

Anchoa, 6, Roldán, Torre Pacheco | +34 968 031 973 | www.hotellatorregolfresortspa.com

InterContinental Mar Menor Golf Resort and Spa (5)

Este hotel se encuentra en un entorno tranquilo dentro del campo de golf de 18 hoyos Mar Menor. Dispone de habitaciones amplias con TV de pantalla plana y ducha a ras de suelo, piscina al aire libre y *spa*. Las habitaciones cuentan con balcón privado con vistas al campo de golf o a la piscina. El restaurante del hotel, Nomad, está especializado en cocina mediterránea. Además, se sirven platos a la parrilla junto a la piscina. El InterContinental Mar Menor está a solo 10 kilómetros del aeropuerto de San Javier de Murcia.

Ceiba, s/n, Torre Pacheco | +34 968 041 840 | www.icmarmenor.com

Hotel La Manga Club Príncipe Felipe (6)

Este hotel cinco estrellas es uno de los mejores de la Región de Murcia. Se encuentra situado en el corazón de La Manga Club, en el entorno del Parque Natural de Calblanque y el Mar Menor. De elegante decoración, dispone de 192

habitaciones totalmente equipadas. Sus magníficas instalaciones, en combinación con su completa oferta deportiva y sus tres campos de golf, lo convierten en el lugar ideal para disfrutar de unas vacaciones en familia o para celebrar convenciones y encuentros empresariales.

Carretera de Atamaria, s/n, Los Belones | +34 968 33 12 34 | www.lamangaclub.com

Boutique

Hotel Cetina (7)

Moderno hotel *boutique* en el centro de Murcia, a 100 metros de la Catedral de Murcia, a 200 metros del Palacio Episcopal y a 400 del puente romano. Ideal para personas a las que les gusta disfrutar de la ciudad a pie. El Hotel Cetina ofrece *WiFi* gratis en todas las instalaciones, un bar y un salón *lounge* y habitaciones modernas con un toque de diseño.

Radio Murcia, 3, Murcia | +34 968 100 800 | www.hotelcetina.com/es

Parador de Lorca (8)

El Parador de Lorca está construido en el recinto del Castillo, es un moderno hotel inaugurado en el 2012. Cuenta con amplias habitaciones y múltiples salas perfectas para eventos, así como una amplia terraza de vistas privilegiadas. Dista 65 kilómetros de la ciudad de Murcia por la A-7. Cuenta con un yacimiento arqueológico que fue hallado bajo el hotel, que contrasta con instalaciones de diseño, una piscina interior y un *spa*. Entre los restos del pasado, se puede ver una sinagoga del siglo XV, el aljibe islámico, la muralla almohade o la alcaza del castillo, denominada La Fortaleza del Sol. El Parador de Lorca contempla a sus pies la ciudad de Lorca, un destino ideal para descubrir la cultura, la historia y la tradición de este bello rincón de la Región de Murcia.

Castillo de Lorca, s/n, Lorca | +34 968406047 | www.parador.es/es/paradores/parador-de-lorca



1



2



3



4



5



6



7



8

FOTOS: DR

Un día en la ciudad

1 Se puede comenzar recorriendo Trapería y Platería, las dos calles más típicas y conocidas de la ciudad. También la continuación de la Trapería por la Avenida Alfonso X El Sabio. Otra opción es el Paseo del Malecón, cerca del río Segura, hasta llegar a la huerta murciana y volver hacia la ciudad con hermosas perspectivas de la huerta y la torre de la catedral. Caminar por la ciudad siguiendo el curso del río es otro de los paseos con vistas que merecen la pena.

Lugares para visitar:

Catedral de Murcia: Obra maestra del barroco español. En la Plaza del Cardenal Belluga está el Palacio Episcopal.

Real Casino de Murcia: Toda una institución murciana en plena Trapería, con su salón de baile estilo Luis XV.

Huerta de Murcia: Aparte del atractivo de sus paisajes, es recomendable una visita a Noria de la Ñora y al pueblo cercano de Alcantarilla.

Teatro Romea: Fundado en 1826, aún está en funcionamiento.

De compras

2 Las calles típicas de Murcia donde están las tiendas son las de Trapería y Platería. El hermoso Mercado de Verónicas es un buen lugar para darse una vuelta y ver los famosos productos de la huerta de Murcia y del mar. Un detalle interesante allí es que de pueden comprar los productos frescos y en los bares de planta baja los cocinan, al ritmo de un aperitivo.

Gore

Tienda de ropa multimarca con firmas exclusivas para hombre o mujer y sastrería propia.

Alfonso X, 7

FOTOS: DR

Restaurantes, cafés y bares

4 Cabaña Buenavista (ver nota en pág. 82)

Palacete de la seda

La rehabilitación de este palacete del siglo XVII, usado durante años como fábrica de seda, para uso gastronómico es un acierto. Con una excelente carta de vinos, premiada con el Decantador de Oro, ofrece sabores murcianos *aggravados*, como brandada de bacalao con puré de garbanzos, solomillo de chato murciano con queso de cabra y frutas del bosque o mero al horno con fondo de ñora.

Vereda del Catalán, s/n, Santa Cruz | +34 968 87 08 48 | www.palacetedelaseda.com

El Sordo

El Sordo de Ricote, con su horno de leña, sus platos de caza y sus asados murcianos, es un clásico de la región. Su menú degustación, con un recorrido de la gastronomía local de esta zona, es difícil de superar. El entorno del valle de Ricote y sus pueblos es uno de los paisajes más encantadores de Murcia.

Alhorrbona s/n, 30610 Ricote | +34 968 697 209 | www.elsordo.es

Café- Lab19

Situado en la calle Apóstoles, con una bonita decoración, es sin duda el lugar donde tomar un buen café en la ciudad. Tuestan sus propios granos.

Apóstoles, 14 | +34 868 246 190 | www.cafelab.es

Coctelería BRO

Lujosamente decorado con paredes negras, flores naturales, suelos de mármol, cómodos sofás, tiene capacidad para 30 personas.

Poeta y Periodista Raimundo de los Reyes, 2 | +34 868 91 46 36



Real Casino de Murcia



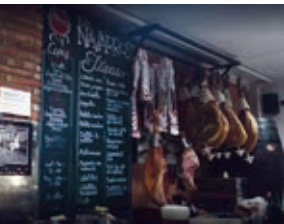
Calle de Murcia



Castillo de Lorca



Palacete de la seda



Los Navarros

Que ver en la región

Sin duda, la ciudad de Cartagena, con su impresionante teatro romano, descubierto por casualidad al demoler un viejo palacio o la imponente ciudad de Caravaca, con casco medieval, o el castillo de Lorca son paseos obligados para aquellos que se sientan atraídos por la historia y los entornos monumentales.

Por el contrario, para los que quieran escaparse de las ciudades y visitar entornos naturales, el Parque Regional de Calblanque es un ecosistema mediterráneo sin contaminar, de arenas brillantes, acantilados oscuros y dunas que se reparten por igual en esta banda costera cercana al Cabo de Palos. El valle de Ricote es otra comarca de la geografía murciana, donde la impronta árabe lo domina todo: las costumbres, la historia, las técnicas de cultivo. Hasta el paisaje, más próximo a Oriente Medio que al continente europeo, parece beber de aquellos remotos días moriscos del Reino de Murcia.



El Sordo



Coctelería BRO





IFEPA, Palacio de Ferias y Exposiciones de la Región de Murcia

Un complejo ferial y de convenciones, consolidado punto de encuentro empresarial en el sureste español, que ofrece todas las comodidades y los mejores accesos.

Ubicación

IFEPA está ubicado en un estratégico enclave turístico del sureste español. Situado junto al Mar Menor y próximo a Murcia y a Cartagena, se ha convertido en la zona con mayor capacidad de expansión de la Región de Murcia, gracias al crecimiento de población y a las fuertes inversiones en infraestructuras. Tales inversiones han facilitado su cercanía con cualquier punto del sureste español, a lo que debe agregarse la proximidad al futuro Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia.

FOTO: GENTILEZA IFEPA.

Historia

IFEPA nació en octubre del año 1984 como Recinto de Ferias y Exposiciones Tajo-Segura, coincidiendo con la celebración de la tradicional feria agrícola y ganadera. En el año 1986 se constituyó al amparo de la Ley de Ferias de la Región de Murcia, promulgada ese mismo año, como Institución Ferial, entidad sin ánimo de lucro, y desde entonces viene siendo tutelada por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y el Ayuntamiento de Torre Pacheco.

Descripción

IFEPA dota a Torre Pacheco y a la Región de Murcia de un amplio recinto con una superficie total de 57.471,19 metros cuadrados, con cuatro pabellones cubiertos de 23.000 metros cuadrados y uno exterior de 2.000 metros cuadrados, consolidándose como el recinto de referencia de la Región de Murcia. En el Pabellón A, que ocupa dos plantas, se encuentra la zona de oficinas y servicios y tiene una extensión de 2.000 metros cuadrados.

Los Pabellones B, C y D acogen los *stands* y parcelas de las diversas ferias y eventos que se llevan a cabo. Estos pabellones están intercomunicados entre sí, lo que permite tener una visión más amplia de toda la superficie. El pabellón B ocupa 5.096 metros cuadrados, el pabellón C, 7.189 metros cuadrados y el pabellón D, 7.504 metros cuadrados. En el Pabellón Exterior, con una extensión de 2.000 metros cuadrados, se desarrollan actividades y también se acoge a empresas expositoras. ■

Trade cities

1. Bangkok, Tailandia

Bangkok, la mejor para viajes de negocios. Según un reciente estudio de la empresa Fit Small Business, Bangkok es la mejor opción para quienes emprenden viajes de negocios. "La capital de Tailandia es la mejor ciudad del mundo para los viajes de negocios, ya que es la única que cumple con todos los requisitos evaluados", asegura el informe. Desde el coste medio de hoteles y restaurantes hasta la fiabilidad de los aeropuertos fueron contemplados por la empresa de asesoramiento especializada en pequeñas y medianas empresas. Por ejemplo, en Bangkok hay 538 hoteles y, solo en 2017, hubo 833.082 vuelos de ida y vuelta desde la ciudad. Eric Noe, de Fit Small Business, destacó que seis de las 10 localidades que surgen de los resultados de la investigación se encuentran en Asia. "Las ciudades asiáticas ofrecen hoteles, alquiler de coches y comida mucho más asequibles para los profesionales", señaló el empresario.

2. Rivera, Uruguay

Uruguay inaugura en Rivera el primer centro de competitividad del país. El centro nace como referencia de los programas estatales para potenciar el emprendimiento, fomentar la innovación, introducir la tecnología, mejorar la capacitación y aumentar la competitividad. Según la ministra de Industria, Carolina Cosee, el Estado pone a disposición 160 programas bajo el nombre Transforma Uruguay. El director de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, Álvaro García, explicó: "Es el puntapié inicial en el trabajo para cambiar las asimetrías que existen entre el norte y el sur del país". El centro agrupa propuestas para el sector empresarial como parte de una estrategia de desarrollo productivo con inclusión social. Está previsto inaugurar un segundo centro en Tacuarembó.

3. Miami, EE UU

Miami, elegida para la nueva oficina comercial de Extremadura. La nueva oficina comercial de Extremadura en Miami prestará apoyo y asesoramiento a las empresas de la región interesadas en el mercado estadounidense. Miami será punto clave en las relaciones de la región con la zona, en la que ya se vienen desarrollando acciones comerciales desde 2012. Se espera que la oficina constituya un punto de referencia para las empresas con un potencial de desarrollo en áreas como la agroalimentación, las energías renovables o las ingenierías. Aprovechando la presencia de las autorida-



1

des extremeñas en el país norteamericano, se realizó la semana gastronómica de Extremadura, que cerró con una actividad en el Centro Culinario de Miami.

4. Nagpur, India

Nagpur proyecta su propio World Trade Center. La ciudad de Nagpur, en el centro de India, se está globalizando y la Asociación de Centros de Comercio Mundial (WTCA) lo intuye. El director de la WTCA India, Zubin Jall, explicó que se encuentran en una etapa final de identificación de un licenciatario y esperan que la construcción del nuevo centro se inicie antes de fin de año. Para el jefe de WTCA India, las grandes ciudades como Mumbai, Delhi y Pune están saturadas y los próximos centros de crecimiento serán las ciudades como Nagpur. "Actualmente tenemos WTC en cinco ciudades y hemos seleccionado licenciatarios en 25 más. Planeamos cubrir todas las ciudades inteligentes y esperar que Nagpur sea la número 31", señaló.

5. Zhejiang, China

CapitaLand explora inversiones en el parque empresarial de alta tecnología en la provincia de Zhejiang. CapitaLand tiene previsto ampliar sus capacidades de planificación y diseño urbano en China a través de la asociación estratégica con Ningbo y Jiaxing, dos ciudades de rápido crecimiento en la provincia de Zhejiang. La empresa con sede en Singapur es una de las compañías inmobiliarias más grandes de Asia y el desarrollador extranjero más grande de China. Los dos memorandos de entendimiento firmados por CapitaLand y los municipios chinos habilitan a la firma extranjera a explorar el desarrollo y gestión de proyectos de parques empresariales a gran escala en línea con una nueva iniciativa de urbanización del país asiático que enfatiza la integración entre avance industrial y urbano. El CEO de CapitaLand China, Lucas Loh, destacó que Zhejiang tomó impulso con la iniciativa de la nueva Ruta de la Seda. "Continuamos buscando oportunidades en Zhejiang, ya que las



2



3



4



5

FOTOS: DR



6



7



8



9



10

FOTOS: DR

perspectivas económicas de la región recibirán un impulso bajo el plan Made in China 2025", explicó.

6. Cartagena, España

Cartagena ya es la cuarta puerta de ingreso a España desde Asia. Cartagena cada vez se encuentra más cerca de las costas asiáticas. El tráfico de mercancías con Asia representa casi ocho millones de toneladas, lo que ubica a Cartagena en el mapa del mercado portuario chino. Actualmente, el puerto de Cartagena es el cuarto más importante de toda España para el tráfico de productos con Asia. Y, dentro del mercado asiático, China es el sexto mercado más importante. En 2017, se exportaron un total de 187.321 toneladas y se importaron 188.828 toneladas. Los datos evidencian la importante posición que Cartagena está alcanzando en los vínculos comerciales con el país asiático. Hoy, China está liderando el proceso de digitalización en grandes áreas del sector de transporte y la colaboración con el puerto de Cartagena es clave, señaló el director comercial del puerto español, Fernando Muñoz.

7. Linköping, Suecia

World Food Building, un edificio ultramoderno de oficinas con áreas de cultivo vertical. La compañía Plantagon tiene previsto construir un edificio ultramoderno en la ciudad de Linköping, Suecia, que permitirá cultivar productos frescos suficientes para abastecer a más de 5.000 personas al año. El proyecto, que estaría concluido en 2020, pretende servir como modelo a nivel mundial de una infraestructura destinada a oficinas o vivienda con áreas de cultivo vertical. La tecnología proyectada para este edificio reduce el gasto de agua y el nivel de emisiones de los cultivos. Estiman que el invernadero ahorrará hasta 1.000 toneladas de emisiones de dióxido de carbono y 50 millones de litros de agua respecto a la agricultura tradicional. Plantagon, empresa dedicada a soluciones para la producción urbana de alimentos a gran escala, trabaja

además en un proyecto que busca utilizar espacios urbanos vacíos para la producción de alimentos de manera sostenible.

8. Zhuhai, China

Zhuhai celebrará en noviembre la XII Cumbre Empresarial China-Latinoamérica y el Caribe. La ciudad meridional de Zhuhai, provincia de Guangdong, será la sede de la XII Cumbre Empresarial China-Latinoamérica y el Caribe (LAC), que se realizará los días 1 y 2 de noviembre próximo. La cumbre, organizada por el gobierno provincial, el Banco Popular de China y el Banco Interamericano de Desarrollo, se centrará en la coordinación estratégica, la cooperación internacional y la explotación de nuevas oportunidades económicas y comerciales entre las partes en el marco de la iniciativa de la nueva Ruta de la Seda. "La ciudad de Zhuhai está estableciendo una plataforma de cooperación económica y comercial con los países de habla portuguesa y española y aprovechará la cumbre para desarrollar la cooperación integral con los países de LAC", explicó el alcalde de Zhuhai, Lu Xiaofeng.

9. Santiago de Chile, Chile

Santiago moderniza y amplía su aeropuerto internacional con miras a duplicar su capacidad de pasajeros. El Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez, en Santiago, la principal terminal aérea del país, tiene previsto duplicar su capacidad de pasajeros en los próximos cuatro años. El proyecto demandará una inversión de unos 900 millones de dólares y prevé aumentar la capacidad del aeropuerto de 16 millones de pasajeros a 30 millones en 2020. Chile es uno de los países latinoamericanos mejor posicionados respecto a la riqueza, según el Fondo Monetario Internacional. Su dinamismo económico va a la par del auge del turismo, que en 2017 alcanzó los 22,3 millones de pasajeros en vuelos nacionales e internacionales, un 11,1% más que el año anterior.

10. Málaga, España

Málaga, con una posición envidiable para invertir en oficinas. Algunos expertos destacaron que la ciudad de Málaga se perfila como alternativa a Madrid y Barcelona en el mercado de oficinas. En el marco de un encuentro organizado por la Asociación de Constructores y Promotores (ACP), los participantes resaltaron que la rentabilidad para el inversor va del 5% al 7%, superando a las zonas de referencia. En ese sentido, el director de la División de Inversión, Savills Aguirre Newman, subrayó la necesidad de que "dentro del crecimiento que está teniendo la ciudad, se regenere el parque de oficinas, que es lo que consolida destino". ■

Publicaciones

Para buscar y descargar en forma gratuita. La bibliografía editada por prestigiosos organismos internacionales nos ayuda a conocer y profundizar temas de la actualidad comercial iberoamericana.



Género y emprendimiento exportador: iniciativas de cooperación regional

Considerando las distancias económico-sociales existentes entre ambos sexos, asegura el estudio, en las políticas comerciales más recientes se considera la variable de género para promover el empoderamiento económico de las mujeres. “Esta nueva perspectiva se observa tanto en la incorporación de disposiciones de género en los acuerdos comerciales preferenciales, como en las políticas de fomento de las exportaciones”, dice Alicia Frohmann, autora de la publicación. En algunos casos, se desarrollaron instrumentos específicos para promover la igualdad de género en el comercio, pero también se observaron iniciativas para incorporar la perspectiva de género en las disciplinas comerciales y en los instrumentos generales de apoyo al sector exportador. Entre las últimas decisiones al respecto, se destaca la impulsada por la Organización Mundial del Comercio (OMC) a través de una Declaración Conjunta sobre Género y Comercio, que firmaron los países miembros en el contexto de la XI Conferencia Ministerial de la OMC que se desarrolló en Buenos Aires, Argentina, en diciembre de 2017. La declaración conjunta busca aumentar la participación de las mujeres en el comercio.
Autor: Frohmann, Alicia
Editor: CEPAL – Comisión Económica

para América Latina y el Caribe
Santiago (Chile), 2018
 cepal.org



Convergencia en la Diversidad: Diálogo entre Mercosur y la Alianza del Pacífico

La convergencia entre los países del Mercosur y la Alianza del Pacífico representa un aspecto central para la integración regional. En ese sentido, la publicación presenta varios artículos que giran en torno a los desafíos políticos actuales, el impacto de la convergencia en el contexto global, y el rol de cada uno de los países en el proceso de integración. Los autores son destacadas personalidades de la política, el ámbito académico y de organismos regionales, como Rebeca Grynspan (secretaria general iberoamericana), Alicia Bárcenas (secretaria ejecutiva de la CEPAL) o Rodolfo Nin Novoa (canciller uruguayo), entre otros. Según Grynspan, quien redactó uno de los prólogos, el libro contribuye “a llevar y acelerar la integración de los países en un momento en el que se buscan nuevas formas de crecimiento”. Para los editores, los puntos de coincidencia y conjunción entre los distintos autores marcan una oportunidad de entendimiento. “La integración regional es una de las grandes asignaturas pendientes de América Latina”, aseguran los autores. La publicación pone en evidencia las bajas tasas de comercio, inversión y movilidad intrarregional. “Apenas una quinta parte de las exportaciones de los países latinoamericanos se destinan a otros países de la región”,

advierte el estudio, que resalta la existencia de “un enorme potencial desaprovechado”. El libro busca ser una pieza de mediación para exponer las coincidencias y promover sectores de acercamiento estratégico.
Editor: ALADI
Montevideo (Uruguay), 2018
 aladi.org



Estudio de Canal de Distribución E-commerce y Marketplace en España

Si bien el informe está dirigido a los exportadores chilenos, en términos generales resulta un excelente análisis del mercado electrónico o *marketplace* español para los vendedores de cualquier otro país. España es el cuarto país de la Unión Europea en el *ranking* de ventas *online*, detrás de Reino Unido, Alemania y Francia. El mercado electrónico español suma 24.000 millones de euros al año, con una clara tendencia positiva que alcanzó una cifra récord de 7.700 millones de euros en el tercer trimestre de 2017. Actualmente, precisa el estudio, los sectores más representativos de venta en el país europeo son: moda y complementos (17%), servicios profesionales (12%), informática y electrónica (10%) y alimentación y bebidas (9%). Además, el informe facilita datos relevantes sobre los canales de distribución para cada sector productivo, volviéndose una herramienta

útil e indispensable para comenzar a diseñar estrategias de negocio *online*.
Autor: Oficina Comercial de Chile en Madrid
Editor: ProChile
Santiago (Chile), 2018
 prochile.gob.cl



Promoción de la innovación exportadora: instrumentos de apoyo a las pymes

El concepto de innovación exportadora, tal como se emplea en este estudio, adopta la definición de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), que pone el foco en la innovación dentro de la propia empresa. La innovación para exportar, precisa el informe, permite responder a las demandas de los mercados internacionales y superar obstáculos en tres áreas críticas: cumplimiento y certificación de estándares, adaptación del producto y profundización de los canales de comercialización. El documento presenta, además, un análisis sobre el vínculo entre innovación y empresas exportadoras, incluyendo un diagnóstico de la innovación exportadora de las pymes en cuatro países, programas de apoyo a la innovación y metodologías para evaluar a los organismos de promoción comercial que ofrecen este tipo de esquemas.

Autor: Frohmann, Alicia; Mulder, Nanno; Olmos, Ximena
Editor: CEPAL
Santiago (Chile), 2018
 cepal.org

Apps

Libros, películas, museos, música: a través de estas aplicaciones, el arte y el *smartphone* se alían para ofrecer información del mercado cultural y posibilidades de compra. Recomendaciones, críticas, almacenaje y consumo cultural en la palma de la mano.



1 Google Arts & Culture

Permite descubrir colecciones seleccionadas por expertos de los museos más famosos, con miles de fotos, videos, manuscritos y obras de arte desde cualquier tipo de pantalla y mediante realidad virtual. Ideal para buscar obras de arte favoritas, crear colecciones propias y compartirlas con amigos.
Gratis | **Desarrollador:** Google, Inc. | **Tamaño:** 67.2 MB

2 IMDb Movies & TV

Desde el argumento hasta el último miembro del equipo técnico de cualquier película están en IMDb. Se trata de la fuente más famosa y autorizada en el mundo para buscar contenido sobre cine, televisión y celebridades. Ideal para explorar. Además, permite mirar *trailers*, comprar entradas, leer críticas y comentarios de otros usuarios y valorar estrenos.
Gratis | **Desarrollador:** IMDb | **Tamaño:** 95.3 MB

3 Goodreads: Book Reviews

Más que un lector o tienda de libros, es una enorme base de datos desde la que leer críticas, llevar un control del material consumido, ver información adicional de cada obra, como portada, cantidad de páginas, ISBN o la descripción. Imprescindible para los amantes de la lectura.
Gratis | **Desarrollador:** Goodreads, Inc | **Tamaño:** 134 MB

4 WYDR

Esta aplicación, que muchos llaman “el Tinder del arte”, permite comprar y vender arte original desde el *smartphone*. Cuenta con un buen sistema de filtros para elegir la obra deseada por tamaño o precio. Con solo un *click*, el comprador puede esperar que la obra le llegue a casa, sin importar dónde esté. También es una opción interesante para artistas que desean vender sus obras *online*.
Gratis | **Desarrollador:** wydr GmbH | **Tamaño:** 24 MB

5 Elejandria

Basa su potencial en ofrecer exclusivamente libros gratuitos de forma legal y en castellano. Actualmente su biblioteca digital consta de 250 libros para leer *online* o descargar localmente. Contiene libros de diversos géneros y autores como Agatha Christie, Lewis Carroll o Mario Benedetti.
Gratis | **Desarrollador:** Marsapps | **Tamaño:** 173KB

6 Paseo Arte Imprescindible

A lo largo del Paseo del Prado, en Madrid, se encuentran tres de las más importantes pinacotecas del mundo: el Museo Nacional del Prado, el Museo Thyssen-Bornemisza y el Museo Reina Sofía. Esta *app* propone un recorrido por 24 obras imprescindibles para comprender la historia del arte occidental, desde la Edad Media hasta nuestros días.
Gratis | **Desarrollador:** Madrid Visitors & Convention Bureau | **Tamaño:** 22.7 MB

7 Selecta TV

Una gran aplicación para los amantes de la música clásica. Ideal para disfrutar de los mejores conciertos, óperas, *ballets* con la mejor calidad de sonido e imagen. Tiene nuevos programas cada semana.
USD 9,99 | **Desarrollador:** Selecta Media Ltd. | **Tamaño:** 22.4 MB

8 ArtCity

Esta aplicación ofrece más de 2.000 exposiciones vigentes de artistas iberoamericanos, tanto las que celebran en sus países como en el extranjero, permanentemente actualizadas. Además, todas las exposiciones, con independencia de la nacionalidad de los artistas presentados, organizadas por sus museos, galerías y otras organizaciones artísticas.
Gratis | **Desarrollador:** Arteinformado, S.L. | **Tamaño:** 1.8 MB

9 Radio Beethoven

Se trata de la *app* de la radio chilena fundada en 1981 por los músicos Adolfo Flores y Fernando Rosas, que ha transmitido de manera ininterrumpida música docta, antigua, actual y también entrevistas a connotados artistas.
Gratis | **Desarrollador:** Grupo de Radios Dial S.A. | **Tamaño:** 3.8 MB

10 Seducciones de Sor Juana

Es un recurso multimedia sobre la vida, obra y contexto de la poeta mexicana Sor Juana Inés de la Cruz. Permite leer o escucha sus textos, aprender a escribir sonetos, preparar recetas de cocina y conocer la música del Siglo XVII.
Gratis | **Desarrollador:** Consejo Nacional para la Cultura y las Artes | **Tamaño:** 1.7 GB



Las compras de ropa online cruzan fronteras

A pesar de las restricciones aduaneras y los cargos extra, las empresas de indumentaria se aventuran en el comercio *cross-border* en línea. Los clientes valoran la mayor oferta de productos, los mejores precios y la experiencia de entrega.

Por Lucía Marroquín

“En las páginas hay más productos que en las tiendas —dice Rocío Pacheco, una española de 34 años—. A veces vas a la tienda y no está lo que buscas, y miras en la página y está tu talla.” Es que **comprar indumentaria online es una experiencia que cada vez más consumidores eligen.** Según información de eMarketer, mien-

tras la mayor parte de las ventas de ropa y accesorios aún ocurren en tiendas físicas, el crecimiento del *e-commerce* sigue estable. Los **retailers** más exitosos hacen cerca de 40% de sus ventas digitalmente, mientras el promedio en el sector es 20%.

Rocío, que compra en marcas españolas como Zara, Bimba y Lola, El Corte Inglés y Stradivarius, pero también ha comprado ropa y accesorios en sitios de China, cuenta: “Dentro de España, el envío es gratuito si compras más de 30 euros. Y si no te gusta, vienen a recogerlo y te ingresan el dinero en la cuenta”.

En España, **más de 16 millones de personas compran online** y, según datos de la Fundación Orange, **las previsiones indican que el mercado del comercio electrónico europeo crecerá 12,8% en 2019.** Según datos del Panel de hogares de Kantar, el *e-commerce* en moda en España ha crecido un 50% de 2013, con Amazon y Ebay como líderes indiscutidos.

“Cualquier empresa hoy tiene que ser una empresa digital”, asegura César Tello, **subdirector de la Asociación Española de Economía Digital (Adigital)** y presidente de *e-logistics* de Ecommerce Europe. Para Tello, las empresas de indumentaria, en

su mayoría productoras, deben hacer un esfuerzo por subirse al tren del comercio digital. “Antes, el canal *online* se veía como el enemigo de los canales físicos, los distribuidores y las franquicias —cuenta—. Cuando fue inevitable abrir ese canal, se transformó en una tienda más, 'la tienda que mejor vende'. Ahora se entiende que es un canal que debe estar conectado con todo el resto”.

Según un estudio sobre *retail* digital en España de IAB, que analiza las 119 marcas más representativas, el 82% de ellas dispone de la opción de comercio electrónico. **Más del 93% de las marcas de los sectores de moda y calzado español venden online.**

Por esa razón, según Tello, las marcas deben tener la mayor cantidad posible de puntos de contacto con el consumidor: “¿Quién va a una tienda física sin haber pasado antes por la tienda *online*?”. Una de cada cinco compras *online* en España incluye una búsqueda *offline* y una de cada tres compras en tienda física viene precedida de una búsqueda *online*, revela un informe de Minerva Fashion y Google.

En las empresas que se encaminan hacia el mercado digital, **la cadena logística**

FOTO: MILINDRIV / ISTOCKPHOTO.COM



Linio, la tienda online más grande de América Latina

debe sufrir grandes transformaciones. “Ese es el transformador ahora mismo, lo que revoluciona la experiencia de compra es la entrega y la trazabilidad del paquete”, afirma Tello.

Cruzar fronteras

Entre los productos que más se compran *online* de manera internacional (*cross-border*), la ropa es la más popular. Así lo indica la investigación sobre el comportamiento de los compradores *cross-border* de PayPal e Ipsos. La indumentaria y el calzado van seguidos de los aparatos electrónicos, los viajes y el entretenimiento digital.

Los clientes buscan mejores precios que en sus propios países, más opciones disponibles o simplemente descubrir nuevos productos. Lo que más ayuda a que el comprador confíe y efectivamente compre es el envío gratuito, la seguridad en el pago o el acceso a más productos en comparación con su mercado local.

Cada vez más, afirma un informe de Payvision, **mientras la tecnología de consumo hace que el comprador sea más accesible para el vendedor, al mismo tiempo está haciendo que el comprador se vuelva más demandante**, con una mayor expectativa de obtener una experiencia de compra personalizada y una logística sin fallas.

Sin embargo, para las empresas, vender cruzando fronteras no es tan sencillo: según un informe de *e-commerce Europe*, muchas compañías europeas deciden no hacer ventas *cross-border* en sus canales

FOTOS: GENTILEZA LINIO ARGENTINA

online debido a las regulaciones demasiado restrictivas. El marco legal europeo, los impuestos y la logística complican las transacciones y, a veces, las hacen inviables. Francia, Reino Unido e Italia están entre los países en los que los vendedores encuentran más dificultades.

Un caso latinoamericano

Linio, la tienda *online* más grande de América Latina, está presente en Chile, México, Colombia, Perú, Argentina, Venezuela, Ecuador y Panamá. Con acceso a un mercado de más de 300 millones de personas, vende unos 100.000 productos de China o EE UU a precios internacionales por medio de envíos postales u operadores como DHL, UPS o FedEx.

En el *hot sale* de 2017, Linio comercializó productos *cross-border* por más de 700.000 pesos. **La categoría más vendida fue indumentaria, con 78% de todo el share.** Le siguieron los *smartphones* y accesorios, productos de salud y belleza hogar y juguetes.

Los clientes buscan mejores precios que en sus propios países, más opciones disponibles o simplemente descubrir nuevos productos.



Tobías Noni

Tobías Noni, **director de operaciones de Linio Argentina**, explica que las ventas *cross-border* representan cerca del 30% de las que Linio concreta en la región. Y aclara que los datos pueden variar en países como México y Colombia, donde la penetración es mayor en comparación de Chile y Argentina.

“**Los mayores desafíos a los que nos enfrentamos son legales y logísticos** —afirma—. Las barreras aduaneras al *cross-border* personal hacen que cada país tenga diferentes configuraciones de precios y costos aduaneros en el sitio. Eso hace que la oferta dependa de las barreras de su país”. Argentina tiene un límite de 200 dólares para el servicio postal y 1.000 para el *courier*, pero en ambos casos se debe abonar casi el 50% en concepto de aduana. En Chile, productos de hasta 30 dólares ingresan sin pagar impuesto y en forma mucho más ágil.

El servicio *courier* operado por gigantes como DHL o UPS es una posibilidad para mejorar los servicios. Sin embargo, en la región, un servicio postal tradicional puede tener costos reales de entre uno y tres dólares, pero puede llegar a los 60 si se utiliza el servicio *express courier*.

Además, Noni cuenta que **la logística se ve afectada por los burocráticos servicios postales de la región**, con procesos poco orientados al *e-commerce*. “Para América Latina —afirma—, lo principal es que los correos estatales, responsables en la mayoría de las entregas, se actualicen y presten atención a la calidad del servicio y de información hacia el cliente.” ●



Cacao fino: sabor sin vuelta atrás

Desde el grano hasta la barra de chocolate que llega a manos de los consumidores, el cacao es un exquisito fruto, apto no solo para producción industrial y la venta sino para los más finos y exclusivos artesanos del mundo.

Por Lucía Marroquín

Dicen que la mejor manera de comer un buen chocolate es dejar que se disuelva en la boca. Solo así se liberan los sabores que están allí desde su origen: las notas frutales o maderosas, los toques de nueces o caramelo. Ya sea del corazón de Guayas, en Ecuador, o del África Occidental, los granos de cacao fino llegan a las manos de expertos *chocolatiers* y deleitan a los paladares más exigentes de todo el mundo.

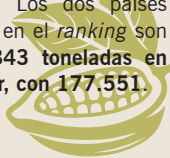
Tesoro africano

Al menos 70% del cacao mundial es producido por pequeños propietarios en África Occidental, donde se plantan unos seis millones de hectáreas. Según un estudio publicado por *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences*, a cargo de la Royal Netherlands Society for Agricultural Sciences, **Costa de Marfil y Ghana** son los mayores productores, seguidos por Nigeria y Camerún.

En **Ghana**, el cacao comenzó en 1895, cuando un herrero lo llevó allí desde Guinea Ecuatorial. Hoy, **1,6 millones de personas están involucradas en su cultivo**, que crece en seis regiones del país.

En 2016, **Costa de Marfil produjo 1.472.313 toneladas de granos y Ghana 858.720**. Detrás se posicionó **Indonesia, con 656.817, y las producciones de Camerún (291.512) y Nigeria (236.521)** fueron similares. Los dos países latinos que entran en el *ranking* son **Brasil, con 213.843 toneladas en ese año, y Ecuador, con 177.551**.

Fuente: FAOSTAT



La cooperativa Kuapa Kokoo, conformada por granjeros que poseen acciones en la compañía, cultiva cacao con el lema *pa pa paa*, que significa “lo mejor de lo mejor” en la lengua local Twi. Sus granos se venden a las mejores compañías de chocolate del mundo y, además, se transforman en su propio chocolate: Divine, manufacturado en Reino Unido.

Kuapa Kokoo produce 5% del cacao ghanés, unas 640.000 bolsas al año. Sus productos se pueden encontrar en Reino Unido, Noruega, Suecia, Países Bajos, República Checa, Hungría, Hong Kong, Japón, Turquía, Canadá, EE UU y Australia.

Fino, de aroma, *flavour*: el rey de los cacaos

La Organización Internacional del Cacao (ICCO por su sigla en inglés) distingue, en el mercado mundial del cacao, dos grandes categorías de granos: el ordinario, o *bulk*, y el fino, de aroma o *flavour*, que representa apenas un 5% del total mundial.

La diferencia es esencialmente de sabor: **los sabores finos tienen notas frutales, florales, herbales y maderosas, sabo-**

FOTO: BARRY CALLEBAUT



La plantación de Akkeson's

res caramelizados o a nueces. También se considera el origen genético de las plantas, las características morfológicas y químicas de los granos, su color, su grado de fermentación y acidez.

La tierra de “la pepa de oro”

Si bien, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en 2016 los países de África Occidental fueron los mayores productores de cacao, **su cultivo proviene originariamente de América.**

Ecuador es uno de los países americanos que, junto a Brasil, entran en el *ranking* mundial y **se posiciona como el más competitivo de la región** en el campo del cacao fino, seguido de lejos por Venezuela, Panamá y México. **Hoy, más del 60% de la producción mundial de cacao de aroma se concentra allí.**

Según datos de la Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma (APROCAFA), **Ecuador produjo unas 232.000 toneladas de cacao en 2016.** Alrededor de 87% de la producción nacional se exporta en grano, especialmente a EE UU y Países Bajos, indican datos de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao).

En Ecuador se llama al cacao Arriba “la pepa de oro”: el país cuenta con la denominación de origen para esta variedad

FOTOS: GENTILEZA AKKESON'S



propias barras de chocolate oscuro 100% cacao Arriba.

Ecuador exporta apenas un 2% de su producción de chocolate elaborado o semielaborado. Marcas como Pacari, Kallari o Caoni son las que, poco a poco, posicionan los productos nacionales en las altas esferas del mundo chocolatero.

Del grano a la barra

El cacao fino o de aroma, a veces, llega a manos de selectos artesanos que producen chocolate *bean-to-bar* (del grano a la barra). “El término refleja que el chocolatero ha elegido producir sus barras con cacao que selecciona personalmente, trabajando de cerca con los productores y pagando un precio por encima del estándar del mercado por granos de mayor calidad”, explica David Mincey, fundador de The Chocolate Project. Esta tienda en Victoria, Canadá, lleva 18 años vendiendo el más fino chocolate *bean-to-bar*, llamado también *craft chocolate* o chocolate artesanal.

Los chocolateros *bean-to-bar* son responsables de todos los pasos del proceso de fabricación, desde el tostado y aventamiento hasta el molido, añejado y los condimentos para producir barras que reflejen tanto el terruño del que provienen como el talento del artesano para resaltarlo.

Al menos 70% del cacao mundial es producido por pequeños propietarios en África Occidental, donde se plantan unos seis millones de hectáreas.



Granos de cacao de Garyth

“Como la mayor parte del chocolate del mundo se produce en grandes fábricas, su sabor es poco fuerte y poco interesante – explica Mincey–. Dado que la gente solo está expuesta a este producto industrial, es fácil descartar el chocolate como un producto barato para ser consumido rápidamente cuando, de hecho, es un alimento muy complejo que debe saborearse lentamente, como un buen vino o un whisky *single malt*”.

La tienda vende productos de unos 80 chocolateros *bean-to-bar* en el mundo. “Una vez que has probado el verdadero chocolate, es imposible volver atrás”, asegura Mincey.

Madagascar en el mapa del chocolate
Un ejemplo de quienes llevan el producto del grano a la barra es Bertil Akesson, fundador de Akkeson’s, quien considera que hacer chocolate “es como dirigir una orquesta”. Desde sus plantaciones de Madagascar, Brasil e Indonesia, Akkeson’s provee cacao al mundo de chocolateros y chefs. Pero luego de años de trabajar con los que él llama “artistas apasionados”, experimentó la fascinación de conjurar el cacao en chocolate y terminó lanzando una pequeña línea exclusiva de barras propias.

“Colocamos a Madagascar en el mapa del chocolate”, asegura Akesson, que considera que su marca es casi un sinónimo



Barras de chocolate Amedei

del cacao malgache. Su compañía produce unas 400 toneladas de cacao por año y suministra a más de 200 fabricantes en el mundo. Entre sus compradores hay marcas como Barry-Callebaut, Nestlé, Guitard, Valrhona, Domori y chocolaterías europeas como Alain Ducasse, Marcolini, Pralus y Bonnat.

Bélgica, el clásico

En el mapa del mundialmente conocido chocolate belga, Callebaut está presente hace más de 100 años. Su fundador, Octaaf Callebaut, nieto de una fabricante de cerveza apasionado por el chocolate, comenzó a producirlo en 1911 de manera artesanal en el pueblo flamenco de Wieze. Hasta hoy, las barras de Callebaut aún se hacen inspirándose en los procedimientos acuñados por Octaaf.

Frederic Janssens, *global brand manager* de Callebaut Gourmet, cuenta que la compañía lleva a cabo el proceso completamente en Bélgica: “Combinamos los mejores granos de cacao del mundo con los más refinados ingredientes locales – dice–. Así nos hemos ganado la lealtad de los artesanos profesionales alrededor del mundo: por el sabor consistente, la calidad confiable y la facilidad de uso”.

El chocolate de Callebaut, explica Janssens, obtiene su sabor único de un *blend* específico que se tuesta en su cáscara, un método tradicional que asegura que los

sabores más ricos y esenciales se conserven. Solo después de tostadas, las cáscaras se rompen para transformar los granos en chocolate.

Chocolate gourmet italiano

“Para producir un chocolate excepcional, es necesario seguir de cerca los muchos pasos de la manufactura”, afirma Alba Abbinante, jefa de calidad y desarrollo de producto de la chocolatería *gourmet* italiana Amedei. Abbinante, responsable de imaginar las combinaciones de chocolate e ingredientes, crear las recetas y determinar la alquimia perfecta de cada producto, asegura que Amedei busca granos de cacao producidos en las mejores plantaciones en el mundo.

La empresa, que fue fundada en 1990, empleaba al comienzo solo una persona en un laboratorio de 45 metros cuadrados en Pontedera. “Solo producíamos praliné y comprábamos cacao de proveedores externos”, cuenta Abbinante.

Cuando decidieron comprar los granos directamente, descubrieron que su calidad era la clave para producir un chocolate realmente exitoso. “Comenzamos a encontrar proveedores directos en países que producían los mejores y más raros granos, como Madagascar, Venezuela, Jamaica, Ecuador y las islas caribeñas de Trinidad y Granada”, recuerda. ●

FOTOS: GENTILEZA GARYTH Y AMEDEI.

1 FIN DE LA POBREZA

2 HAMBRE CERO

3 SALUD Y BIENESTAR

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

5 IGUALDAD DE GÉNERO

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

13 ACCIÓN POR EL CLIMA

14 VIDA SUBMARINA

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Cacao, alimento de los dioses

Por María Cecilia Lozano y Lucía Marroquín

Variedades

Existen tres tipos o variedades de cacao:

Criollo o Fino

Es delicado, fragante y elegante. Representa **entre el 2 y el 5% de los árboles en el mundo y solo el 1% de la producción**. Se cree que proviene de la zona sur del Lago de Maracaibo, en Venezuela. Algunas variedades son: Porcelana, Pentágono, Criollos andinos, Ocumare y Nacional Fino de Aroma, de Ecuador.



Forastero o Amazónico

Su árbol da muchos frutos, es robusto y poco aromático. Proviene de la selva alta amazónica. Durante época colonial, su cultivo se expandió en las plantaciones españolas para asegurar el suministro de cacao requerido por el mercado europeo. **Hoy abastece 85% de la demanda mundial.**



Trinitario o Deltano

Es resultado del cruce entre el criollo y el forastero, por lo que posee cualidades de ambos: es aromático, robusto, con gran capacidad de adaptación y alto rendimiento. Originario del delta del Orinoco, en Venezuela, **representa el 14% de la producción mundial.**



Elementos del grano

Un grano de cacao mide aproximadamente dos centímetros y está compuesto por:



Principales componentes

Contiene más de 300 componentes que benefician al organismo, entre otros:

- Antioxidantes
- Anandamida
- Magnesio
- Calcio
- Hierro
- Vitamina C
- Cromo
- Fibra

Historia

500 a.C.

Ya era cultivado por los mayas hace más de 2.500 años. Los nobles mexicanos hacían cocer el cacao con agua y lo endulzaban, llamándolo *cocolha*.



1502

Cristóbal Colón recibió, como ofrenda de bienvenida, sacos de unas habas oscuras que, en la sociedad azteca, servían a la vez de moneda y de producto de consumo.

1524

Hernán Cortés envió el primer cargamento a España. Pagaba a sus hombres en cacao y aseguraba que una taza de esa bebida indígena podía sostener las fuerzas de un soldado durante todo un día.

1660

El chocolate llegó a Francia gracias a la boda entre Luis XIV el Rey Sol y María Teresa de España. En Londres se hizo tan popular que el gobierno le marcó un impuesto.

1850

En Suiza se comenzó a fabricar chocolate. Henry Nestlé ideó la mezcla de leche condensada azucarada con cacao, lo que dio la fama al chocolate Suizo.

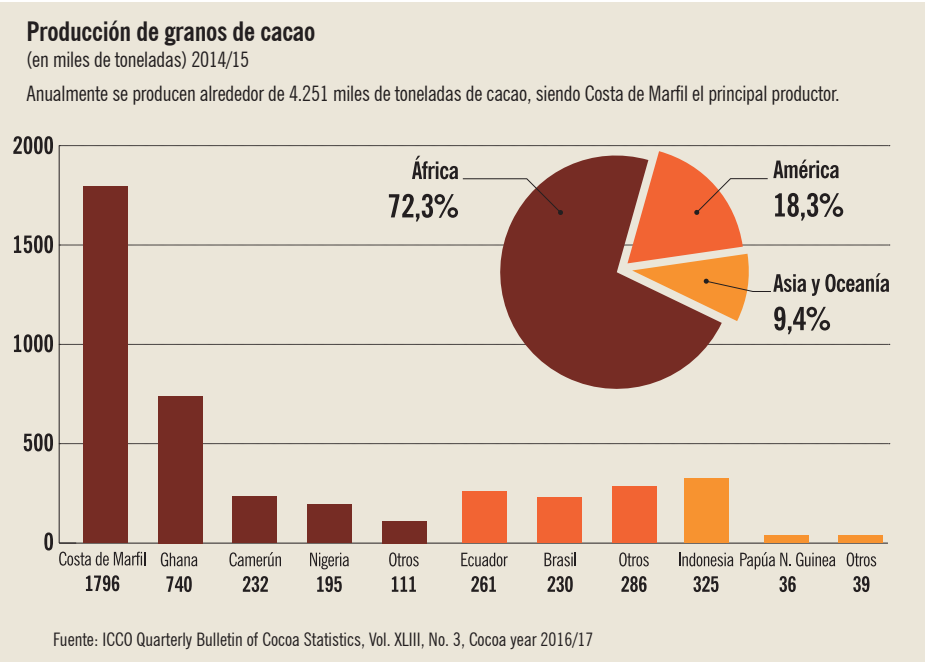


La palabra

El primer registro escrito de la palabra *cacao* se halló en la cultura maya clásica, ya que los mayas solían etiquetar los recipientes en los que servían esta bebida a sus gobernantes. El glifo que se usaba para escribir *kakawa* se lee "ka-ka-w".

FOTOS: SYERA Y VALENTYNOLKOV / ISTOCKPHOTO.COM

Proceso de producción



Maridajes

Con vino: La regla es que el vino sea más dulce que el chocolate elegido. Cuanto más oscuro el chocolate, más oscuro el vino, por eso los tintos son los mejores para acompañar chocolates amargos y el *chardonnay* va muy bien con el chocolate blanco.



Con cerveza: Aunque la cerveza suele maridarse con comidas saladas, va muy bien la pareja de chocolate con leche con *porters* o *stouts*, chocolates con menta y una *Indian Pale Ale* (IPA).



Con whisky: Un clásico. Los whiskies escoceses con notas afrutadas cítricas se potencian con el chocolate semi amargo, mejor si contiene naranja confitada. Un whisky irlandés con notas acarameladas o maderosas va bien con chocolate de al menos 70% de cacao.



Viaje gourmet: vodka en Rusia

 Agua y alcohol son la base de una de las bebidas espirituosas más consumidas en el mundo y Moscú, la capital de la Federación de Rusia, uno de sus mayores centros de producción. Sin embargo, Rusia ofrece mucho más al paladar.

Por *Laura Raquel Martínez*

Para quienes tienen previsto visitar en los próximos meses la **Federación de Rusia** —el país más extenso del mundo—, puede ser una gran oportunidad para celebrar en vivo con lo mejor de la gastronomía rusa y, principalmente, brindar con un excelente vodka.

A diferencia del vodka que se produce en otras partes del mundo, los productores rusos cumplen con las estrictas reglas del Estándar Estatal (GOST por su sigla en ruso), desarrolladas por el gobierno para garantizar estándares internacionales.

Según **Leonid Gelibterman**, presidente del **International Centre of Wine and Gastronomy (ICWAG)**, la calidad del vodka depende, esencialmente, del agua y el alcohol empleados, además del proceso de filtración.

Moscú es la cuna histórica y política de la producción de vodka ruso. En las regiones cercanas existen varias fábricas productoras de bebidas espirituosas y otras propuestas abiertas a los turistas.

Moscow Distillery Kristall, cuenta Gelibterman, es la destilería más antigua de Moscú. Fue fundada en 1901 y se encuentra en la calle Samokatnaya, 4. Hoy es la empresa de licores y vodkas más grande del país, origen de la marca **Stolichnaya**.

Además, el experto precisó que la producción de vodka en Rusia ascendió a casi 800 millones de litros en 2017, de los cuales aproximadamente 3% fue destinado a la exportación. No obstante, destacó que la **cerveza** —tanto rusa como extranjera— viene registrando los mayores índices de venta.

En ese sentido, a 100 kilómetros de Moscú en dirección a San Petersburgo, se en-



Caviar negro y vodka, un exquisito maridaje.



Caviar rojo acompañado con pan tostado y vodka.



El caviar se sirve en un delicado ritual.

cuentra la ciudad de Klin, donde se puede visitar un complejo de producción **Anheuser-Busch InBev**, una de las **10 cervecerías más importantes de Rusia**. El programa de la visita incluye un recorrido por la producción, degustación y muestra de productos.

A 110 kilómetros de la capital rusa, en la ciudad de Yegoryevsk, los turistas pueden realizar el **Schwarzkaiser-Tour**, en el que además de visitar la fábrica de cerveza, se puede disfrutar una buena cena y un momento de relax en el centro de *spa* con baño de cerveza y sauna de sal.



Vodka elaborado en base a antiguas técnicas.



Blinis y nata agria, una tradición para el caviar.

Vodka, más que un buen aperitivo

El vodka se puede saborear en casi todos los restaurantes, cafés y bares rusos. En general, se sirve en pequeños volúmenes, a unos seis u ocho grados, "pero no congelado", señala Gelibterman.

Si bien se suele tomar como aperitivo, también puede acompañar a las comidas. "Debido a la alta resistencia, el vodka se debe beber con alimentos bastante salados, con alto contenido graso", asegura el experto.

La combinación rusa más común para

FOTOS: DR



La cerveza registra altos índices de venta en Rusia.



Rusia consolidó su propia producción de cerveza.



Se cree que la cerveza podría reemplazar al vodka.



Refrescantes baños de cerveza durante el Schwarzkaiser-Tour.

el vodka es el caviar. Gelibterman marca: "La mezcla de vodka y caviar funciona al unísono: el sabor de la grasa salada se enfatiza con un sorbo de una bebida fuerte".

Para lograr el mejor maridaje, Gelibterman aconseja enfriar el vodka y acompañar con el clásico servicio ruso de caviar negro y rojo en hielo. El caviar se debe servir en pocillos sobre hielo, mantener la temperatura a 15 grados y usar una cuchara de nácar o marfil. "El contacto del caviar con un metal puede cambiar su sabor", advierte.

FOTOS: DR

La manera apropiada es acompañar el caviar con las tradicionales blinis y un toque de *smetana* —una variedad de nata agria o *crème fraîche*—, una delicadeza para muchos paladares y pocos bolsillos.

El caviar es un signo de riqueza en todo el mundo. En la lista objetos de lujo, el caviar negro ocupa en Rusia el sexto lugar. Las variedades de caviar de esturión que se distinguen son el beluga, el osetra y el sevruga. Cualquiera de ellos —asegura Gelibterman—, combinado con una pequeña cantidad de vodka, funciona como afrodisíaco. ●

Para atesorar el gusto

Museo del Vodka, Moscú

Ofrece recorridos para interiorizarse en la producción y degustar los secretos de la bebida más famosa de Rusia.

Kremlin Izmailov | vodka-museum.ru/en/muzej

Museo Ruso del Vodka, San Petersburgo

Se trata del primer museo de la bebida rusa en el mundo, presenta la historia y las tradiciones de mesa.

Konnogvardeyski, 4 | vodka-museum.su/en

Museo del Vodka, Uglich

Ubicado a cinco horas de Moscú, el museo invita a descubrir el origen de la famosa marca Smirnoff. El *tour* incluye degustación.

Ciudad de Uglich, región de Yaroslavl | visituglich.com/info/museums/russian_vodka_museum.html

Museo de bebidas

tradicionales Ochakovo, Moscú

El recorrido dura dos horas y los visitantes podrán aprender sobre la producción de cerveza y *kvas* (refresco tradicional ruso a base de pan de centeno).

Ryabinovaya, 44 | ochakovo.ru/company

Bar-Museo Sikera, Ryazan

A 200 kilómetros de Moscú, en la antigua ciudad de Ryazan se encuentra este particular museo que ofrece excursiones turísticas dedicadas a bebidas rusas acompañadas por platos locales.

Seminarская, 1 | ochakovo.ru/company

Cinco platos típicos para degustar con vodka

1. Sopas (*borsch* con carne, *ukha* con pescado, *shchi*)
2. Manteca casera con ajo y pan de centeno
3. Arenque salado con papas cocidas
4. Conservas y condimentos: pepinos, chucrut, tomates, champiñones
5. Caviar negro y rojo

Dónde comprar marcas tradicionales

- **Supermercado del GUM**
gum.ru
- **Tienda Eliseevsky**
eliseevskiy.ru
- **Azbuka Vkusa**
av.ru

10 razones para visitar Nueva York

 Los motivos para ir una y otra vez a la gran manzana son innumerables. Aquí, una lista de experiencias para no perderse, desde una estación abandonada hasta una función de cine a la vera del río, pasando por *rooftops*, *food trucks* y las profundidades del museo de la Reserva Federal.

1 Los *rooftops*: Nada mejor para disfrutar de las vistas de Manhattan que con una copa en la mano: los bares en terrazas o azoteas de edificios u hoteles se multiplican en esta ciudad que nunca duerme. The Ides, 1 Rooftop y Westlight son ideales para quienes prefieren las vistas desde Brooklyn, La Birrería, para amantes de la cerveza artesanal y The Crown para los que buscan un poco de verde.



1

2 Williamsburg: Solía ser un barrio polaco y hoy es la sede de la actual contracultura neoyorquina. De día es tranquilo, con perfil industrial, obras de arte en las calles y locales con encanto. De noche explota de movimiento, es el barrio nocturno de moda. La clave es recorrer la Avenida Bedford y elegir algún café o tomarse unas copas.

3 Pomander Walk y The Lotus Garden: Una perla en el corazón del Upper West Side. Se trata de una cortada en West End Avenue con unas 30 casas estilo Tudor que parece un pueblecito inglés. Cerca de allí vale la pena ver el Lotus Garden, un jardín privado que abre al público los domingos por la tarde.



4

4 Las hamburguesas: En la ciudad hay hamburguesas para todos los gustos y la lista de las mejores cambia cada día. En Shake Shack o Superiority Burger están las clásicas neoyorquinas. Para versiones más *gourmet*, The Mercer Kitchen, o Lure Fishbar para quien la prefiera casi cruda.

5 Los *food trucks*: Una opción de almuerzo barata, que además se ha ido refinando en los últimos años. Las mejores opciones son los tacos, las hamburguesas, el falafel o dulces como helados y *waffles*.



3



5

FOTOS: WWW.NYCGO.COM



6



8



7



9

6 Ferry a Staten Island: Es uno de los últimos vestigios de un sistema de *ferry* que conectaba Manhattan con sus futuros distritos antes de que se construyeran los puentes. El trayecto es gratuito y permite disfrutar algunas de las vistas más espectaculares de Manhattan y de la Estatua de la Libertad.

7 Películas bajo el puente: Movies With A View es un *must* de la noche neoyorquina. Todos los jueves de verano al atardecer, luego de la música de un DJ invitado, se proyectan clásicos como *Casablanca* o *Cantando bajo la lluvia* en el Harbor View Lawn, con el río al lado y el deslumbrante skyline de Manhattan enfrente.

8 Oro en la bóveda de la Reserva Federal: La bóveda está en las profundidades del distrito financiero, a unos 25 metros por debajo del nivel de la calle. Construida en un lecho de roca, contiene 7.000 toneladas de brillantes barras de oro. El *tour* es gratis y está disponible de lunes a viernes.

9 City Hall Station: Cerrada desde 1945 por su plataforma curva, esta lujosa estación con azulejos de cristal y grandes candelabros todavía se puede visitar. El Museo de Tránsito de la Ciudad está a cargo de los recorridos.

10 Jardín Botánico: En el Bronx se encuentra uno de los más increíbles jardines botánicos del mundo y el mayor de EE UU. El Jardín Botánico de Nueva York se distingue por la belleza de sus paisajes y las enormes colecciones que aloja.



10

FOTOS: WWW.NYCGO.COM

Cabaña Buenavista, más allá de la gastronomía

 En las faldas de la sierra de El Puerto, en la región española de Murcia, este restaurante propone una verdadera experiencia entre reminiscencias locales y pura experimentación.

Por *Lucía Marroquín*

“Abrimos solamente para hacer lo que nos apetecía”, recuerda Pablo González, chef de Cabaña Buenavista. Este restaurante nacido en Murcia le da una vuelta de tuerca a la cocina regional y propone algo novedoso, una experiencia que vaya “más allá de la gastronomía”. A través de una puerta de madera de más de cuatro metros de altura, que fue parte de un cortijo andaluz del siglo XVIII, se abre el sendero que conduce a Cabaña Buenavista. Una vez allí, el jardín se torna protagonista. “El entorno está mimetizado con nuestra cocina –dice González–. Tenemos un jardín increíble, un clima fantástico, **esta cocina que hacemos no se puede hacer fuera de aquí**”. Fue en 2003 que comenzó a



Jardín del restaurante

idearse el proyecto de Cabaña Buenavista, que abrió sus puertas al año siguiente y, desde entonces, ha recibido dos estrellas Michelin. En los inicios del restaurante, González se propuso deconstruir la tradición murciana. “Venía gente buscando la cocina tradicional murciana, verduras a la plancha, y nosotros les remitíamos a otros lugares del centro de Murcia que trabajan muy bien esa cocina”, cuenta González. Sin embargo, la herencia murciana está en lo más profundo de este espacio: **los pilares sobre los que descansa su estructura fueron traídos desde el antiguo muelle de Cartagena tras su remodelación, en los primeros años del siglo XXI**. “Somos todos cocineros murcianos y tenemos eso en nuestro ADN –reconoce González–, nuestros sabores son los de la cocina de

nuestras madres, los sabores que nos han enseñado”. Gracias a ese origen y su eterna sed de innovación, Cabaña Buenavista ha propuesto, por ejemplo, renovar el proceso de las salazones, para devolverle al público algo muy suyo pero de una manera sorpresiva. “Cuando trabajas con un producto local al que has transformado, le haces ver a la gente ese mismo producto desde una visión diferente –explica González–. **Es algo con lo que nos han educado desde niños y a lo que de repente has conseguido darle la vuelta y jugar con él, pero con ese matiz ese sabor y ese recuerdo**”. La experiencia de comer comienza en el **jardín**. Luego de cuatro estaciones, en las que se puede interactuar con los cocineros que elaboran los aperitivos, se llega al **huerto ecológico** justo a tiempo



Pablo González

para un plato preparado en directo. Después, una **terrazza** idílica y finalmente el **salón**, la estructura cónica de una cabaña sudafricana con techo alto y un enorme tronco central: el olor a madera acompaña la comida y cierra una experiencia única. **La Cabaña no sería lo mismo sin sus vinos**. “Trabajamos mucho con pequeñas casas, de pequeños productores que hacen una cantidad de botellas muy limitada”, cuenta González. La bodega, en palabras del **sommelier del restaurante, Joan Belda Tortosa**, alberga “una pequeña selección de historias, historias de uva y personas”. El principio que la rige es que **el vino de calidad se produce en la cepa, en el campo, y no en la bodega**. ■

📍 Urb. Buenavista, s/n, El Palmar, Murcia 📞 +34 968 88 90 06 🌐 restaurantelacabaña.es. De lunes a viernes a mediodía y jueves por la noche.



Los platos de Cabaña Buenavista se elaboran con productos de su huerto ecológico.



FOTOS: GENTILEZA CABAÑA BUENAVISTA.

Brócoli en sarmiento y liquen

Una de las cosas más importantes de esta receta son los tiempos de ahumado con sarmiento de las tres elaboraciones que componen el plato.

Caldo: 6 horas / Crema 2 horas / Tronco: 20 minutos

Ingredientes
1 bogavante
60g de tronco de brócoli
20g de flor de brócoli
1 tronco de brócoli ahumado
1k de brócoli entero
1 pimiento verde
3 dientes de ajo tiernos
5 cebollas tiernas
1 puerro

50g de jengibre
50g de perejil
100g de cacahuetes
1 liquen pequeño
200g de espinacas
4 zanahorias

250g Mirin (vino de arroz japonés)
20g de mole verde
20g de pasta de soja
500ml de vino blanco
200ml de aceite
200ml de vinagre
10g de espesante natural

Elaboración

Bogavante: Poner el bogavante a cocer en agua menos de un minuto, limpiarlo, picarlo y reservar.
Carpaccio de brócoli: Ahumar con sarmiento el tronco del brócoli durante 20 minutos, después pelarlo y cortar en láminas muy finas. Colocar en círculo dándoles forma redonda en un papel sulfurizado y reservar.
Dados de brócoli: Tomar un trocito pequeño de tronco del brócoli ahumado con sarmiento y cortarlo en dados pequeños. Reservar.
Árboles pequeños de brócoli: Tomar unos trocitos pequeños de la flor del brócoli, escaldar en agua y separar. Reservar.



Crema de brócoli: Picar y pochar las verduras y las hierbas. Añadir la pasta de soja y mole verde, el vinagre, el mirin, el vino blanco y el espesante. Ponerle punto de sal y triturar. Reservar en una manga pastelera.
Liquen frito: En un cazo, calentar el aceite y meter y sacamos el liquen para freírlo. Reservar en papel absorbente.
Caldo del brócoli: Deshidratar durante un día el brócoli ahumado con sarmiento. Después pochar la verdura y cocerla con agua durante 10 minutos. Añadir el brócoli deshidratado y ponerlo una hora a fuego lento. Reservar.

Montaje

- 1 Colocar en el fondo del plato la crema de brócoli.
- 2 Añadir trocitos picado de bogavante encima de la crema.
- 3 Colocar las finas láminas del carpaccio de brócoli ahumado en sarmiento cubriendo el bogavante.
- 4 Situar alrededor los daditos y los árboles de brócoli.
- 5 Colocar el liquen frito y un brote verde en la parte superior.
- 6 El caldo se añade cuando se sirve el plato, ya en la mesa.



Agenda cultural



Buenos Aires/ hasta el 9 de julio, 2018
Fotografía Argentina 1850-2010: contradicción y continuidad
Organizado por el Paul Getty Museum, esta selección presenta alrededor de 170 fotografías que revelan un exhaustivo panorama de la historia Argentina, rescatando el talento de los artistas contemporáneos.
Fundación Proa | Av. Pedro de Mendoza 1929 | www.proa.org



Madrid/ hasta el 24 de junio, 2018
El principio Asia. China, Japón e India y el arte contemporáneo en España (1957-2017)
La exposición quiere evidenciar la influencia de las culturas asiáticas en el arte de la segunda mitad del siglo XX en España. Más de 300 obras de 60 artistas españoles vinculados con las culturas de China, Japón e India hacen visibles los lazos entre dos mundos que comparten tiempo y espacio expositivo.
Fundación Juan March | Castelló, 77 | www.march.es

1

Ámsterdam/ 22 de junio - 23 de septiembre, 2018
Chillida en los jardines del Rijksmuseum
La sexta exposición anual de esculturas al aire libre en los jardines del Rijksmuseum presenta una selección de 10 obras monumentales del artista español Eduardo Chillida (1924-2002). Considerado uno de los maestros de la escultura de posguerra, Chillida se distinguió por ser pionero de la escultura de acero forjado.
Rijksmuseum | Museumstraat 1 | www.rijksmuseum.nl



2

Tenerife/ 11 - 15 de julio, 2018
II Encuentro MAPAS
MAPAS es el primer mercado profesional para el encuentro entre los creadores de artes escénicas en vivo —música, teatro, danza, circo y artes de calle— de América Latina, África y sur de Europa. La primera edición cerró con más de 134 propuestas y 100 programadores interesados en su promoción.
www.mapasmercadocultural.com



4

Ulán Bator/ 30 de julio - 25 de agosto, 2018
LAM 360° - Land Art Mongolia
El festival visualiza las relaciones entre naturaleza, cultura y políticas sociales. Promueve la libertad de expresión, uniendo personas e instituciones de diferentes sectores de la sociedad, a la vez que combina acciones de colaboración y establecimiento de redes de alcance regional y mundial.
www.landartmongolia.com



FOTOS: DR.

5

6

Bonn/ hasta el 12 de agosto, 2018
Marina Abramovic: The Cleaner
Radical, controvertida y admirada en igual medida, Marina Abramovic (Belgrado, 1946) es una de las artistas internacionales más comentadas en la actualidad. La exposición presenta la primera gran retrospectiva de la artista en Europa.
Museumsmeile Bonn | Friedrich-Ebert-Allee 4 | www.bundeskunsthalle.de



FOTOS: DR.

7



Ciudad del Cabo/ hasta el 15 de septiembre, 2018
Iimpundulu zonke ziyandilandela
El Zeitz MOCAA, inaugurado en noviembre de 2017, es el primer museo de arte contemporáneo de Sudáfrica en hacer un fuerte compromiso con el arte local e internacional. Las obras de Nicholas Hlobo (Ciudad del Cabo, 1975) se caracterizan por el uso de materiales diversos, proponiendo piezas táctiles cargadas de un especial simbolismo.
Zeitz MOCAA | Silo District, V&A Waterfront | www.zeitzmocaa.museum

9



Torun/ 21 - 26 de agosto, 2018
Bella Skyway Festival
Este festival de la luz es un evento que da nueva vida a las murallas góticas de la ciudad polaca de Torun. Desde 2009, el festival combina ciencia y arte con una fuerte dimensión social para ofrecer un evento a escala internacional.
www.tak.torun.pl



New York/ hasta el 27 de agosto, 2018
An Incomplete History of Protest: Selections from the Whitney's Collection, 1940-2017
Cerca de 80 artistas reunidos para proponer una crítica mirada sobre los signos de la política y la vida social desde 1940 hasta el presente. La muestra deja entrever cómo los artistas juegan un papel importante en la transformación de su tiempo y la configuración del futuro.
Whitney Museum of American Art | 99 Gansevoort Street | www.whitney.org

8

Venecia/ hasta el 25 de noviembre, 2018
Freespace: Exposición Internacional de Arquitectura, la Biennale di Venezia
La bienal presenta ejemplos, propuestas, elementos, construcciones de trabajos que se caracterizan por la modulación y la materialidad. La exposición invita a los visitantes a reflexionar sobre los valores arquitectónicos y la contribución de la práctica profesional al desarrollo de la humanidad.
La Biennale di Venezia | Giardini y Arsenal | www.labiennale.org





Cuando la literatura es un juego de niños extranjeros

EE UU es el mayor mercado de la industria del libro, con un 26% de la producción mundial, pero además es un importante destino del libro en español. Las ventas de libros exclusivamente en español en el país norteamericano ascienden a más de 350 millones de dólares anuales.

Por Laura Raquel Martínez

Parece parte del argumento de un cuento fantástico decir hoy que EE UU será el segundo país hispanohablante del mundo. Las estimaciones realizadas por la Oficina del Censo de los EE UU hablan de que los hispanos totalizarán 119 millones, lo que supondrá que el 28,6% de la población estadounidense será hispana en menos de 50 años.

Con la creciente llegada de inmigrantes latinos, los hispanos están a la cabeza de las tasas de natalidad en todo el país.

Las diferencias
idiomáticas y
un mercado
fragmentado terminan
conformando un
conjunto de pequeñas
oportunidades.

Eso implica que cada vez en las escuelas haya más programas que ofrecen español como segundo idioma. Hay más latinos y, por consiguiente, más mercado para el libro en español.

La Fundación SM, el Instituto Cervantes y el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) —que desarrolla, junto a la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), el programa de difusión de la lectura America Reads Spanish—, coinciden en que en EE UU el interés por el libro de literatura en español se incrementó en los últimos años a la par de la demanda.

En la actualidad, una de las industrias que evidencia un crecimiento sostenido en EE UU es la del libro infantil y juvenil en español, según se desprende del último *Anuario Iberoamericano sobre el Libro Infantil y Juvenil*, de Fundación SM, que analiza por primera vez la situación del libro en español en el país norteamericano.

FOTO: TATYANA_TOMICKIWA/ISTOCKPHOTO.COM

Apalabrando el español

El Instituto Cervantes —institución pública creada por España en 1991 para promover la enseñanza, estudio y uso del español en el exterior— concretó con importantes organismos e instituciones de México y EE UU acuerdos para **promocionar y estudiar la situación de la lengua española y sus literaturas**.

En ese sentido, junto a la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y cuatro instituciones mexicanas —Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la Secretaría de Cultura, el Fondo de Cultura Económica y la Universidad Nacional Autónoma de México— firmaron un **acuerdo de colaboración hispano-mexicana**

para **promover la lengua y la cultura en español internacionalmente**.

Entre sus objetivos, se destaca el desarrollo de proyectos en grandes ciudades con "importantes colectividades mexicanas y españolas", la enseñanza y la certificación de la lengua española, así como la producción de material y contenido en español "con los usos y variantes particulares de cada país".

Por otro lado, el instituto español renovó por cinco años el **Observatorio de la lengua española en EE UU**, proyecto que lleva adelante junto a la Universidad de Harvard. Además del estudio de la lengua española, el observatorio consolidó un intenso programa de difusión del español y sus culturas, con más de 120 actividades anuales. ■

¿La literatura infantil y juvenil pega el estirón?

EE UU es el mayor mercado de la industria del libro, con un 26% de la producción mundial, precisan Sergio Andricaín y Antonio O. Rodríguez en su artículo incluido en el anuario de la Fundación SM.

Dentro de ese enorme volumen de producción y consumo, la publicación, distribución y venta de libros en español, especialmente aquellos dedicados a la literatura infantil y juvenil (LIJ), constituye un pequeño pero interesante nicho, aseguran los autores.

Según un estudio del ICEX de 2017: "El libro infantil y juvenil abarca el 6,6% del mercado editorial de EE UU", generando 2.400 millones de dólares en 2016. No obstante, hay que señalar que dentro de esa categoría el ICEX incluye a los libros de texto —material de instrucción—, que "suponen el grueso del mercado editorial infantil y juvenil".

Actualmente, la mayoría de los libros en español se importan a los EE UU procedentes de México —que ocupa el primer lugar, con más de 70 millones de dólares—, seguido de España, Colombia, Ecuador y Argentina.

FOTO: DR

Sin embargo, no hay un análisis que incluya la relación de la producción y el comercio internacional respecto a la LIJ, advierte Lorena Panche, coordinadora del Observatorio para la Primera Infancia del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc): "La LIJ no suele estar bien clasificada en los registros ISBN de la región". Además, agrega que no hay una partida arancelaria especial.

Asimismo, es importante considerar que **España concentra más del 65% de la facturación mundial en español solo por las editoriales situadas en el país**, sin contar las filiales locales de editoriales españolas que, en el caso de México y Argentina, suman 61.

Entre las principales editoriales extranjeras que tienen una participación activa en el mercado estadounidense se incluyen: **Fondo de Cultura Económica** (México), **Grupo Santillana** (España) y **Grupo Editorial Planeta** (España), que disponen de oficinas de venta directa en EE UU.

El aumento de la demanda animó a las editoriales de los países de habla hispana a priorizar el país norteamericano dentro de sus estrategias de internacionalización. En

Cinco ferias relevantes

Miami
MIAMI BOOK FAIR



Desde 1984, cuando arrancó como una feria callejera, la feria de Miami logró captar el interés de miles de personas hasta convertirse en la más grande de Estados Unidos.

www.miamibookfair.com

New York
BOOK EXPO

Considerada uno de los mayores eventos en torno al libro en América del Norte. Con más de 1.000 expositores y 750 autores, la feria ofrece todas las novedades y tendencias, incluso las tecnológicas.

www.bookexpoamerica.com

Florida
NABE

La Asociación Nacional para la Educación Bilingüe (NABE por su sigla en inglés) trabaja para impulsar la equidad educativa y la excelencia para estudiantes bilingües.

www.nabe.org

California
CABE

Fundada en 1976, la feria constituye una de las actividades de la Asociación de California para la Educación Bilingüe (CABE por su sigla en inglés). Cuenta con 5.000 miembros que promueven la equidad y el rendimiento estudiantil.

www.gocabe.org

New Orleans
ALA ANNUAL CONFERENCE AND EXHIBITION

Organizada por la American Library Association (ALA), el encuentro anual presenta más de 900 expositores en un ámbito profesional, principalmente enfocado al sector bibliotecario.

www.ala.org

EE UU existen alrededor de 200 empresas editoriales dedicadas a publicar libros en español y los analistas estiman que se verá una expansión de las mismas debido a la tendencia del mercado a favorecer a las editoriales nacionales.

Según el informe de la Fundación SM, las pequeñas y grandes distribuidoras de libros infantiles y juveniles tienen un rol protagónico en el mercado estadounidense. **Teresa Mlawer**, de Publishing Solutions —considerada una leyenda en la importación y difusión de la LIJ en español en EE UU—, asegura: "En cuanto a la literatura infantil y juvenil, el mercado principal radica en los colegios y las bibliotecas públicas".

Las editoriales estadounidenses publican, principalmente, textos para la enseñanza del español como lengua extranjera pero también textos de lectura para los programas bilingües y duales, explica Mlawer.

El ICEX, en su estudio, afirma: "No existe información concreta sobre el gasto público dedicado específicamente a la compra de libros educativos, distintas fuentes señalan que está en torno a los

Principales tendencias del mercado en literatura infantil y juvenil, según Fundación SM

Poesía. La innovación en el terreno poético pasa por el alejamiento de las formas tradicionales y la incorporación del verso libre, la prosa poética y los haikus, que se combinan con la ilustración.

Libro álbum y libro ilustrado. Desde hace varios años, los libros que equilibran la palabra y la imagen o bien en los que la imagen gana todo el protagonismo son cada vez más valorados por los lectores de diferentes edades y diversos países. A ellos se suman el auge del cómic y la novela gráfica.

11.800 millones de dólares al año". A eso se suma un presupuesto adicional que el colegio recibe por donaciones destinadas principalmente a material complementario, como libros de literatura.

Cualquier editorial que quiera vender en el mercado del libro infantil y juvenil de EE UU, advierte el ICEX, deberá centrarse

en una zona geográfica específica, debido a la **diversidad de la demanda** y a las **distintas normativas en cada estado**.

Además, sugiere **adaptar el material**, aun de los libros de LIJ, a los principios de contenidos libres de prejuicios y a los estándares de aprendizaje del estado, tanto como apostar por el material complementario, en español o en inglés como segunda lengua.

Pero por sobre todo, el ICEX indica que el editor debe registrarse como proveedor o buscar un distribuidor que conozca el mercado. Al respecto, Mlawer coincide en que los editores que quieran tener resultados eficientes en el mercado estadounidense deben "conseguir un buen distribuidor que abarque todos los canales de venta", o al menos los más importantes.

Actualmente, parece que la LIJ en español tiene lecciones pendientes en el mercado estadounidense. **Las diferencias idiomáticas y un mercado fragmentado, que termina conformando un conjunto de pequeñas oportunidades, dejan a la LIJ en español en EE UU asociada esencialmente al ámbito educativo.** ●

complejidad, se trata de un mercado de una dimensión espectacular frente a lo pequeñas que son nuestras empresas ante este mercado.

MTR: *¿Qué tres consejos daría a los exportadores de pymes acerca de la distribución en el mercado estadounidense?*

AMA: El principal consejo es cuidar muy bien el texto. El segundo, estar presente y contactar físicamente con clientes y prescriptores, especialmente con bibliotecas y distribuidores. La Feria Internacional del Libro LIBER es una ocasión de oro para establecer estos contactos directos que luego se confirman con pedidos. Por último, siempre que sea posible, acumular y concentrar los envíos para abaratar costes. Las bibliotecas norteamericanas lo hacen.

MTR: *¿Advierte algún tipo de cambio en el mercado estadounidense respecto a la LIJ en español en el último año?*

AMA: Mayor atención tanto a la calidad de los textos como a la creciente presencia hispana que, por cierto, es muy diversa según procedencias nacionales y dependiendo del estado. ■

FOTO: DR.

Libros ilustrados, a puro sentido

Clásicos y modernos conviven en el universo de la creatividad, donde no hay ni fronteras ni límites entre palabra e imagen. Esta pequeña selección de autores quiere abrir un camino a los sentidos hacia la lectura.

Bartleby, el escribiente

Autor: Herman Melville
Ilustrador: Javier Zabala

Mientras alguno "preferiría no hacerlo", nosotros vamos a recomendar la original novela corta *Bartleby, el escribiente*, de Herman Melville (EE UU, 1819-1891) ilustrada por Javier Zabala (León, 1962). Escrita a mediados del siglo XIX, narra la historia de un atípico copista que de un momento a otro adopta la postura inesperada de dejar su actividad sin renunciar a su trabajo.

Amparado en la fórmula "preferiría no hacerlo", Bartleby deja de realizar sus tareas de oficina para plantear un estado enigmático de acción que lleva a reflexionar acerca de las elecciones en diferentes planos. Las imágenes de Zabala, quien lleva más de 60 libros ilustrados para editoriales en España, Suiza, Italia y China, entre otros países, resumen las expresiones de un personaje que vivifica el misterio y soledad.

Editorial: Nórdica Libros | ISBN: 978-84-936695-1-5



Seda

Autor: Alessandro Baricco
Ilustrador: Rébecca Dautremer

Para tratarse de una novela moderna, *Seda*, de Alessandro Baricco (Italia, 1958) ya puede considerarse un clásico de la literatura universal. Con más de 40 ediciones en España, el éxito de la historia de Hervé Joncour llegó a casi todos los idiomas conocidos. El relato está ambientado en el siglo XIX, época en la Joncour, mercader de origen



francés, hace reiterados viajes a Japón para adquirir huevos de gusano de seda que luego vende a la industria de su pueblo para producir tejidos. Ese ir y venir, ese comprar y vender, marcó el ritmo que Rébecca Dautremer (Francia, 1971) sigue para plasmar el humor y la sensualidad del texto, en una serie de imágenes cargadas de una particular sensorialidad.

Editorial: Edelvives | ISBN: 978-84-263911-8-6

La condesa sangrienta

Autor: Alejandra Pizarnik
Ilustrador: Santiago Caruso

Una de las criminales más siniestras de la historia de la humanidad, Erzébet Báthory (1560-1614), apodada la condesa sangrienta, revive en los trazos de Santiago Caruso (Argentina, 1982). *La condesa sangrienta*, de Alejandra Pizarnik (Argentina, 1936-1972) fue publicada por primera vez en 1971 bajo el sello Aquarius, que dirigía la autora junto a Antonio López Crespo. Esta nueva edición es recreada bajo la mirada de Caruso, acostumbrado a

representar escenarios dramáticos como en *Los cantos de Maldoror* (2016) o *El horror de Dunwich* (2008), resalta con su estilo visual marcado por el simbolismo, la locura y obsesión de Báthory por sostener la eterna juventud. Caruso confesó a la prensa que ningún otro autor lo conmovió tanto como Pizarnik, lo que lo llevó a trabajar sobre *El eco de mis muertes* (2012), una edición que condensa la obra poética de la autora argentina en una serie de inquietantes acuarelas.

Editorial: Libros del Zorro Rojo | ISBN: 978-84-924121-3-6

FOTOS: DR.

Antonio María Ávila

Director Ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE).

Marco Trade Revista: *¿Cómo está implicada la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) en el proyecto de difusión de la lectura y el español America Reads Spanish (ARS)?*

Antonio María Ávila: La FGEE ha tenido una implicación total en el proyecto. Ideamos y hemos formado parte del proyecto desde el principio, además de participar en su financiación. Es uno de los mejores programas que ha realizado la FGEE.

MTR: *¿Cuál es el objetivo del programa y cuáles los resultados relevantes del programa desde el punto de vista de la FGEE?*

AMA: El objetivo era poner en valor el libro en español dentro de un mercado tan maduro, competitivo y complejo como es el norteamericano. Además, mejorar nuestra exportación tanto desde España como desde las filiales que nuestras empresas tienen en Iberoamérica, especial-



mente México y Colombia. Este objetivo, claramente, lo hemos conseguido.

MTR: *¿Qué caracteriza al mercado estadounidense de LIJ en español?*

AMA: La pluralidad e idiosincrasia norteamericana. Hay que tener mucho cuidado con las ilustraciones y en el lenguaje, ya que expresiones que son normales en español allí pueden ser consideradas hirientes o no entenderse.

MTR: *¿Cuáles son los principales inconvenientes para exportar LIJ en español al mercado estadounidense?*

AMA: Aparte de lo ya señalado de la

Álbumes para coleccionar

Emigrantes

Autor: Shaun Tan



Un relato que de alguna manera toca la sensibilidad de todos.

Emigrantes, de Shaun Tan (Australia, 1974), si bien narra la historia de un hombre que deja a su familia en su país natal para encontrar mejores oportunidades, también provoca gran empatía con quien busca su lugar en el mundo. Con un estilo realista pero cargado de magia, el trabajo de Shaun Tan invita a compartir un viaje en el que el lector no va a poder escapar de los interrogantes que plantea la conexión entre la gente y los lugares, de la idea de pertenencia.

Editorial: Barbara Fiore Editora | ISBN: 978-84-15208-91-4

Un viaje por el mar

Autor: Gérard Lo Monaco

Una verdadera pieza de colección para los amantes de los viajes en barco. Gérard Lo Monaco (Argentina, 1948), considerado uno de los mejores ingenieros de papel del mundo, narra en forma breve la historia de dos marineros y su perro. A través de una ruta marítima, los personajes avanzan en una aventura que demandará diferentes embarcaciones, como un transatlántico o un velero de tres mástiles, hasta el buque faro que traslada marineros a buen puerto. Lo Monaco, quien reside en París, fue ampliamente reconocido por sus versiones *pop-up* (libro tridimensional) de *El Principito*, cuyas ventas alcanzaron las 900.000 copias, y de *Moby Dick*.

Editorial: Blume | ISBN: 978-8498019469



Centro Educativo Burle Marx

Inhotim, un estado de espíritu

 En 140 hectáreas de galerías y parques, esta rara combinación de jardín botánico con museo de arte contemporáneo desafía a visitantes de todo el mundo con una propuesta arriesgada que ya fascinó a 2,5 millones de personas.

Por Lucía Marroquín

Inhotim, en el estado brasileño de Minas Gerais, le pide al visitante una doble tarea. Dividir la mirada —o concentrarla— para ver las esferas de acero del Jardín de Narciso de Yayoi Kusama sin perderse el intenso color morado de las

hojas del *inhame roxo*. Contemplar la instalación Desert Park, de Dominique Gonzalez-Foerster, sin pasar de largo las

palmeras azules que la rodean o las ramas zigzagueantes del *tamboril*, icónico árbol local.

En las 140 hectáreas de área de visita, compuesta de fragmentos forestales y jardines, en medio de una extensa colección de especies tropicales raras, están instaladas las obras de arte contemporáneo de relevancia internacional. Desde su inauguración, en 2006, más de 2,5 millones de personas ya visitaron este lugar singular, uno de los principales destinos culturales de Brasil.

Un estado de espíritu
“Venimos trabajando en la idea de que Inhotim es un estado de espíritu —asegura Antonio Grassi, su director ejecutivo—. Hemos encontrado muchas dificultades para poder definir qué es, porque no es solo un museo y no es solo un jardín botánico. Lo que tiene de diferente es esa unión, esa mezcla. No hay ningún espacio así en el mundo”.

El acervo botánico

+4.200 especies

181 familias botánicas

953 géneros

28% de las familias botánicas conocidas en el planeta

Las familias botánicas más representadas

1	<i>Arecaceae</i> (palmeras).....	1.807
2	<i>Araceae</i> (calas y filodendros).....	637
3	<i>Orchidaceae</i> (orquídeas)	420

FOTO: GENTILEZA INHOTIM



1



2



3

FOTOS: GENTILEZA INHOTIM

Obras monumentales

1. Beam drop, Chris Burden

71 vigas

Es la recreación de una obra realizada originalmente en 1984 en el Art Park, un parque de esculturas no en el estado de Nueva York, EE UU, y destruida tres años después. Fue recreada en Inhotim en 2008, en una acción performática: durante 12 horas una grúa de 45 metros de altura lanzó en un pozo de cemento fresco las 71 vigas que componen la obra.

2. Narcissus garden, Yayoi Kusama

500 esferas de acero inoxidable

Se trata de una obra que la artista japonesa había instalado de manera clandestina en la Bienal de Venecia de 1966, provocando su expulsión. En esta nueva versión, las esferas evocan el mito de Narciso sobre un espejo de agua en el que flotan y crean, en palabras de Kusama, “una alfombra cinética”. La obra instalada en Inhotim fue la primera aparición de la artista en Brasil.

3. Piscina, Jorge Macchi

Piscina de hormigón y piedra, 12 x 12 x 1,8 metros

Jorge Macchi ha pintado desde el inicio de su carrera acuarelas que retratan objetos banales re-imaginados en situaciones surrealistas. Inhotim invitó al artista a crear una de sus acuarelas por primera vez en forma tridimensional. *Piscina* es la realización escultórica de de una obra bidimensional, además de una piscina en funcionamiento con la que los visitantes pueden interactuar.

Es que Inhotim, además de romper con el modelo de exposición y visita de los museos convencionales, explora continuamente nuevos modos de interacción entre el paisaje natural y el arte. “La curaduría del espacio trabaja con la posibilidad de que las obras de arte interactúen con el jardín, con la naturaleza”, explica Grassi, y agrega que muchas obras que ya estuvieron expuestas en otros lugares —como bienales o museos tradicionales— ganan una dimensión diferente cuando son instaladas entre las palmeras y bromelias del gigantesco parque.

“Las obras de gran escala, las más monumentales, difícilmente encontrarán otro lugar para estar que no sea este”, dice el director. Un ejemplo son las obras de Adriana Varejão, que tienen un fuerte trabajo con la arquitectura: “La arquitectura es un elemento muy importante en Inhotim: refuerza el diálogo entre arte y paisajismo”.

Otras obras son creadas *site-specific*, especialmente para el parque, teniendo en cuenta que vivirán rodeados de una densa vegetación que acaba por formar parte de las obras mismas.

Pinturas, esculturas, dibujos, fotografías, videos e instalaciones de más de 250 renombrados artistas de 30 diferentes países, forman la colección del Instituto Inhotim. De las 1.300 obras que componen el acervo, 700 están hoy en exposición al aire libre o exhibidos en galerías. “Tenemos una perspectiva de gran renovación, para que todo el acervo pueda estar presente. Estamos

El parque está en Brumadinho, a 60 kilómetros de Belo Horizonte, en Minas Gerais.

trabajando para crear espacios para algunas obras que están a la espera de ser expuestas —explica Grassi—. La adaptación para una obra de Yayoi Kusama es una de ellas”.

Las 19 galerías permanentes presentan obras de artistas como Tunga, Cildo Meireles, Miguel Rio Branco, Hélio

Oiticica & Neville d’Almeida, Adriana Varejão, Doris Salcedo, Victor Grippo, Matthew Barney, Rivane Neuenschwander, Valeska Soares, Doug Aitken, Marilá Dardot, Lygia Pape, Carlos Garaicoa, Carroll Dunham, Cristina Iglesias, William Kentridge y Claudia Andujar.

Museo verde

En 2010, Inhotim obtuvo el título de Jardín Botánico. En los últimos años, sus equipos de curaduría botánica y de paisajismo han trabajado para componer espacios temáticos que expongan la relevante colección botánica del Instituto. Sus singulares jardines son también campo de estudios florísticos, catalogación de especies, acciones de conservación y educación ambiental.

Así como el acervo de arte contemporáneo, el paisajismo en Inhotim tiene su curaduría. La sorpresa es su lenguaje principal, con curvas que, súbitamente, develan nuevas perspectivas. La introducción de especies poco conocidas también es una prioridad, para presentar plantas que, a pesar de su rara belleza, casi no aparecen en los proyectos paisajísticos del mundo. ●

Especies destacadas

Tamboril: Árbol icónico de Inhotim, está localizado en el área central y tiene entre 80 y 100 años. Con una copa amplia y frondosa, puede alcanzar los 35 metros de altura.

Corifa: Es una especie de palmeras que se destaca por su imponente y pueden llegar a los 25 metros de altura. Uno de los aspectos que las tornan especiales es que mueren después del florecimiento, entre los 50 y 70 años de edad. Su floración es exuberante y está compuesta por millones de pequeñas flores.

Filodendro: Especies endémicas de Brasil, están localizados en el vivero de Inhotim y fueron cultivados en el Invernadero Ecuatorial, espacio dedicado a la conservación y propagación de diversas especies.

Palmera azul: Están al lado de Magic Square, obra de Hélio Oiticica. Sus hojas parecen grandes abanicos y tienen un tono verde azulado gracias a una sustancia producida en contacto con la luz solar. Esa sustancia también protege a las hojas del frío y el exceso de agua.



FOTOS: GENTILEZA INHOTIM.



Agencia de Desarrollo Productivo y Social
Sarmiento 481 | Trelew
adps-despacho@trelew.gov.ar
www.trelew.gov.ar



Municipalidad de Trelew
Rivadavia 390
Trelew | Chubut
Patagonia Argentina
www.trelew.gov.ar



EnTreTur
Trelew Tourism Bureau
Luis Feldman S/N | Trelew
entretur@speedy.com.ar
www.trelewpatagonia.gov.ar

PINTURAS Y OBJETOS

Marcelo Zeta Yeyati

Casi como pequeños mecanismos de relojería, las pinturas y objetos del artista argentino se ensamblan para resignificar la mirada. Dedicado a la música a la par que a la plástica, el autor armoniza el ritmo visual y auditivo en una sutil personificación de los estados de la materia.

Por Laura Raquel Martínez



Ella



Mi prima en Rusia

“En cada obra imagino si es posible otorgar una nueva vida a un objeto marginado, extender y resignificar su permanencia entre nosotros”, asegura Marcelo Zeta Yeyati (Argentina, 1965) al explicar cómo se inicia esa relación propia con el arte.

Dedicado a la música a la par que a la plástica, el artista –saxofonista y director de la compañía Babel Orkesta– rescata el espíritu de las fiestas populares y las orquestas ambulantes como recupera objetos gastados por el uso.

Sus búsquedas en ambas disciplinas transitan el ensamble y el *collage*, lo que le permite evitar los límites propios de ciertas formalidades artísticas. Sin embargo, tanto en una como en otra actividad, Zeta Yeyati se dedica a organizar de forma perceptiva los elementos para crear una auténtica experiencia sensible en el espectador.

Para el autor, el arte parte de una realidad cargada de vivencias que se convier-

te, gracias a la creatividad, en una nueva circunstancia. “En mis trabajos convive mi idiosincrasia personal de vivir en Buenos Aires, donde la gente se reinventa a diario”, dice, y asegura que personificar los objetos es una manera de hablar de la esperanza de manera poética.

Coleccionista de piezas de todo tipo, sus obras, como pequeños mecanismos de relojería, pausan el proceso de deterioro del material para transformar el residuo de la herencia en rasgos y evi-

Para Zeta Yeyati, el arte parte de una realidad cargada de vivencias que se convierte, gracias a la creatividad, en una nueva circunstancia.

Coleccionista de piezas de todo tipo, sus obras, como pequeños mecanismos de relojería, pausan el proceso de deterioro del material para transformar el residuo de la herencia.

dencias de una realidad que cuestiona el valor, la apariencia y la utilidad.

El “objeto encontrado” es, para Zeta Yeyati, la pieza que se corresponde con una idea más compleja, en la que interviene la mirada lúdica y la imaginación tanto propia como del espectador. Así, es posible redescubrir el valor simbólico de los objetos que nos rodean y la poesía que encierran.

Si la visión tiene lugar en alguna parte del espacio táctil, es en los cuadros de Zeta Yeyati donde se realiza. La serie que acompaña esta edición forma parte de “Rescate”, un conjunto de retratos bi y tridimensionales que conectan directamente con los ojos.

La pintura del autor argentino desata el poder de la mirada. La presencia recurrente de los ojos, casi un sello del artista, crea un ida y vuelta en el que el observador es también objeto contemplado.

Actualmente, los trabajos de Zeta Yeyati están expuestos en La Catedral Club, en el barrio porteño de Almagro, en el espacio de arte Dall’Inferno Al Paradiso, en Belgrano, y en Vitruviano, en Caballito.

Nuevas obras del artista se podrán ver en la próxima Boutique de Arte Directo del Artista (BADA), que se realizará en octubre en Buenos Aires. La feria, que en su última edición fue visitada por unas 60.000 personas, reúne piezas de artistas consagrados y emergentes directamente con el público, sin intermediarios. ●



Liz



Pez casa



Niño



Ánforas cerámicas grecoitalicas producidas entre el siglo III y el I a.C., procedentes del yacimiento de Escombreras.

Las ánforas, testimonio del comercio cartaginés

Las ánforas, empleadas primero por los egeos y más tarde por los antiguos griegos y romanos, eran el principal medio de almacenamiento de **uvas, vino, aceitunas, aceite de oliva, cereales, pescado** y otros productos básicos. Su forma, terminada en punta, estaba pensada para poder enterrarlas en la arena o estibarlas en los barcos. Después de que su contenido se consumiera, las ánforas solían desecharse o reutilizarse: **el monte Testaccio, en Roma, se formó por la acumulación de restos alrededor de 53 millones de ánforas rotas.** Las piezas de la foto pertenecen al pecio –lugar donde se encuentran los

restos de un naufragio– Escombreras I, en las proximidades de la Isla de Escombreras, en Cartagena, España. Se trataba de un barco mercante de tamaño medio, que transportaba entre 500 y 100 ánforas y que había naufragado hacia el año 150 a.C. El barco iba cargado con vino y cerámicas de Campania; algunas de las ánforas vinarias del yacimiento conservaban sus tapones de corcho y la resina que recubría el interior. El cargamento secundario eran vajillas de barniz negro y cerámicas de cocina. También se encontraron utensilios de los tripulantes del barco, como cazuelas y vajillas. Se cree que el cargamento respondía a las demandas comerciales y de abastecimiento del ejército romano y de los colonos en los primeros momentos de la dominación romana. Estas **ánforas transportaba vino de la región campana, un vino a veces de baja calidad que servía sobre todo para abastecer a las tropas, colonos y esclavos que comen-**

zaron a llegar a la zona de Cartagena a finales del s. III a.C. Estas piezas, en conjunto con el resto de materiales de los seis pecios hallados en los alrededores de la isla de Escombreras –datados entre los siglos II a.C. y XIII d.C.–, dan la pauta del **intenso comercio, la pujante economía y las grandes dinámicas comerciales del periodo republicano.** Y, sobre todo, revelan la **evolución comercial del puerto de Carthago Nova.** Es que la isla, ubicada en la entrada del puerto de Cartagena, era una **zona de paso obligada para las embarcaciones de vela que entraban o salían del puerto.** La bahía de Escombreras se desarrolló en torno a la pesca y a la industria de las salazones. El lugar parece haber funcionado como centro productor del famoso *garum*, una salsa de pescado infaltable en las mesas romanas, que se producía a partir de la caballa (el término en latín es *scomber*, de donde proviene el nombre de la isla). ●

FOTOS: GENTILEZA MUSEO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA SUBACUÁTICA.



In cooperation with



