

Nº 11 | DICIEMBRE DE 2019

MARCO **revista** **TRADE**

COMERCIO GLOBAL DIPLOMACIA COMERCIAL REAL ESTATE CULTURA LIFESTYLE AGENDA

Iberoamérica y África: hacia nuevos vínculos

Informe OICEX: El Acuerdo UE-Mercosur en el espejo

Chile, el picante de cada día

La moda brasileña triunfa en Europa

Mecenazgo, cuando la empresa impulsa la cultura

**Trade City:
Beijing**



**ADÉMÁS:
CULTURA, MODA, VIAJES, ARTE**



Global Selling • Global Sourcing
All-around International Trade Platform

China Import and Export Fair International Pavilion

127th Apr. 15th-May 5th, 2020

128th Oct. 15th-Nov. 4th, 2020

www.cantonfair.org.cn/international/

PHASE 1

127th Apr. 15th-19th, 2020

128th Oct. 15th-19th, 2020



Electronics & Household
Electrical Appliances



Building Materials &
Hardware



Machinery Equipment

PHASE 3

127th May 1st-5th, 2020

128th Oct. 31st-Nov. 4th, 2020



Food & Drink



Household Items



Fabrics and
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

internationalpavilion@cantonfair.org.cn



中国进出口商品交易会
CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR
Since 1957



This is a business opportunity

Todos los productores y fabricantes de la Región de Murcia están aquí.

All the Región of Murcia's (Spain) producers and manufacturers can be found here.

Spain Products from Murcia es un portal del Instituto de Fomento de Murcia, la agencia de desarrollo regional, diseñado para facilitar la promoción de productos y servicios murcianos en todo el mundo.

IMPORTADORES de cualquier país pueden acceder on-line de forma ágil y rápida a miles de referencias de productos y servicios, y a las empresas murcianas que los exportan.

Spain Products from Murcia is a website managed by Murcia's regional development agency, Instituto de Fomento de la Región Murcia. It has been designed to help give worldwide visibility to Murcian products and services.

Its search engines allow IMPORTERS from around the world to gain quick and easy online access to hundred of thousand of products and services and to the companies which export them.

spainproductsfr

+15.000 productos

+ 15,000 products

+3.000 compañías

+ 3,000 businesses



- Permite el contacto directo con proveedores por e-mail
- Información relevante e útil para hacer negocios.

- Direct contact with suppliers can be established by e-mail
- Relevant and useful information for doing business



**DATOS DE LAS EMPRESAS PERMANENTEMENTE
ACTUALIZADOS · DETAILS OF
COMPANIES CONTINUOUSLY UPDATED**

**El portal con el mayor directorio de
empresas exportadoras de la Región
de Murcia.**

*The largest directory of exporting compa-
nies from the Region of Murcia (Spain)*

all-in
rommurcia.com

Una respuesta rápida a búsquedas de proveedores por internet
A rapid response to online searches for suppliers

La localización se facilita a través de:

- Clasificación sectorial, con más de 130 subsectores:
Alimentación, bienes de consumo, bienes de equipo,
servicios, etc.
- Tres potentes buscadores:
 1. Clasificación por código TARIC/producto
 2. País de exportación
 3. Razón social de la empresa o nombre comercial

The search is done using the following criteria:

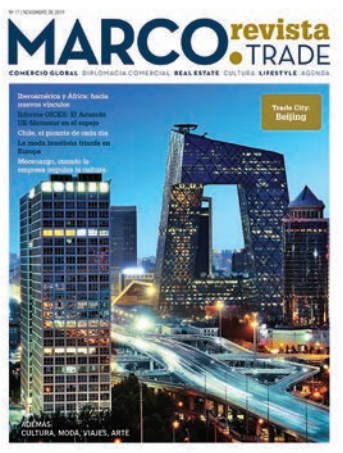
- Classification by sector with over 130 subsectors
contemplated: Foodstuffs, consumer products,
capital goods, services, etc.
- Three powerful search engines:
 1. TARIC code/name of product
 2. Countries to which the company exports
 3. Business name or trade name



Unión Europea



STAFF



Director:

Bruno Masier

Coordinación:

Miryam Bilbao

Redacción:

Lucía Marroquín

Laura Raquel Martínez

Consejo editorial OICEX:

Antonio Castillo Pérez

Tiuna de Benito-Fernández

Antonio López Crespo

Marina Cunningham

Diseño y diagramación:

María Cecilia Lozano

Publicidad:

publicidad@marcotrade.news

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.

EDITORIAL

Un año más con el comercio internacional en el sube y baja, como advertimos en una nota publicada en esta edición. Las tensiones y desafíos del contexto mundial no nos han dado descanso. En estas últimas semanas del año se han conocido informes desalentadores sobre el rumbo de la economía y el comercio global.

La Organización de Cooperación y Desarrollo (OCDE) anticipó que las perspectivas mundiales siguen siendo frágiles e inestables. El FMI advirtió que las cadenas mundiales de suministro se ven amenazadas por la guerra comercial, a lo que debe agregarse que no se ha disipado la incertidumbre con el Brexit ni las crecientes tensiones geopolíticas que alteran los precios de la energía. La calificadora de riesgo Moody's considera que 2020 será un año de tendencia negativa para la solvencia crediticia en todo el mundo, por un entorno geopolítico disruptivo e impredecible que está exacerbando la desaceleración gradual en la tendencia de crecimiento.

Para Iberoamérica, los pronósticos no son mejores: **se prevé que la intensidad de la ralentización de la economía española continuará en 2020 y que en América Latina el contexto de desaceleración del crecimiento y la alta desigualdad de ingresos aumentará las actuales demandas sociales.**

Las dificultades son reales y los motivos de desaliento también. Pero la economía enseña que cuando un bien es escaso aumenta su valor. **Hoy, el bien escaso es la esperanza y el optimismo.** Y desde Marco Trade Revista queremos rescatarlo. Cuatro años después de su creación, nuestro medio sigue



comprometido, no solo con el análisis riguroso del presente, sino con mostrar las oportunidades que brinda el futuro. Generando expectativas y esperanza.

Miles de emprendedores, de startups, de innovadores y creativos hacen del comercio mundial un sector vibrante y resiliente. Lo tiene en el ADN que heredó de los primeros mercaderes que históricamente se atrevieron a recorrer mundos desconocidos, atraídos por la aventura de “comerciar”. **Marco Polo**, nuestro emblema, es el cabal ejemplo de ello. En horas difíciles es bueno recordarlo.

En este número avanzamos sobre las enormes oportunidades que ofrece la nueva África y su explosiva expansión, y analizamos los ámbitos posibles de cooperación y alianzas entre los países que integran Iberoamérica para incrementar su presencia en ese continente. Allí está uno de los futuros promisorios.

Como es habitual, además, en esta edición **Marco Trade Revista** les acerca otros horizontes prometedores. Un recorrido por los **10 festivales de música alrededor del mundo**: cinco días con las bandas de moda al oeste de Londres, un encuentro en el desierto de Nevada o *jazz* en las noches de Punta del Este. Un viaje *gourmet* desde el restaurante **Napa**, en Shanghái, hasta el **arroz de Calasparra**, en España, pasando por los **chiles** picantes de todo el mundo. Y mucho más.

Buena vida para disfrutar un comienzo del nuevo año, con esperanzas renovadas.

¡Feliz 2020!

A stylized, handwritten signature of Bruno Masier in black ink.

Bruno Masier
Director

✉ masier@marcotrade.news

SUMARIO

Comercio Global

10 2019: El comercio internacional en el sube y baja

Solo en un contexto de calma de las tensiones actuales, cabría una posibilidad de “arrastré” que evitara la recesión.

16 Zonas francas. Una herramienta de estímulo a la exportación y a la inversión extranjera

Su crecimiento ha sido exponencial y el impacto en sus lugares de implantación, decisivo para el desarrollo.

20 Zona de Libre Comercio de Beijing, espacio apuntado al exterior

Es la única aduana de control especial en Beijing y la primera zona de libre comercio basada en un aeropuerto en China.

24 Iberoamérica y África: hacia nuevos vínculos

El continente es una gran oportunidad para Iberoamérica, con numerosas posibilidades de negocios.

30 Informe OICEX: El Acuerdo UE-Mercosur en el espejo

El tratado, aún sin ratificar, es de trascendencia histórica para ambos bloques y ofrece grandes oportunidades comerciales.

46 El comercio ilícito, mayor de lo que se piensa

Los datos sobre el volumen de las diferentes formas de comercio ilícito desafían el entendimiento.

50 Actualidad empresarial

Las últimas novedades del mundo empresarial en diferentes latitudes.

52 Publicaciones

Bibliografía editada por prestigiosos organismos con temas de la actualidad comercial iberoamericana.



10



20



30



58

54 CIFTIS, el encuentro clave para los servicios globales

En su última edición, el encuentro internacional superó los 529.000 millones de dólares en contratos firmados previstos.

56 Trade cities

Actualidad de las ciudades clave para el comercio global.

Trade City

58 Beijing, la capital del norte

La capital del país está rodeada de montañas al norte, noreste y oeste, mientras que se encuentra próxima al mar Bohai en el sudeste.

64 Beijing, una ciudad dinámica y en crecimiento

Cuenta con 16 millones de kilómetros cuadrados, 16 distritos administrativos, 21 millones de residentes y 327.000 millones de dólares de PIB.

66 Nuevo Aeropuerto Internacional Daxing de Beijing

Apodado “estrella de mar”, tiene como uno de sus objetivos lograr que los pasajeros caminen menos.

Lifestyle

68 NAPA, cocina de fusión y vinos de lujo

El restaurante posee la mejor lista de vinos de China y una exclusiva carta con influencia latinoamericana y asiática.

70 El Louvre va a los orígenes

Dos propuestas culturales excepcionales para descubrir los orígenes de las principales colecciones del arte mundial.

71 Gadgets para viajeros

Desde un candado que funciona desde el celular a auriculares bluetooth que aíslan el sonido, la imaginación es el límite.

72 La moda brasileña triunfa en Europa

Lejos ya de las típicas estampas de bananas y piñas, la moda brasileña se impone en el mundo como un lujo con identidad propia.

74 Chile, el picante de cada día

Desde su América natal hasta España, Italia, China o India, está presente en las gastronomías de todo el mundo.

78 Un condimento sin fronteras

Datos y curiosidades de una especia que conquistó el mundo.

80 Viajes gourmet: La ruta del arroz de Calasparra

El primer arroz del mundo con Denominación de Origen se cultiva en la Región de Murcia.

82 10 festivales alrededor del mundo para no perderse

Desde un festival de cinco días con las bandas de moda al oeste de Londres hasta un encuentro en el desierto de Nevada.



68



74



88

86 Un lugar en el mundo: tres refugios de artistas

Transformadas en museos o complejos turísticos, son sitios ineludibles para conocer a los protagonistas de la cultura mundial.

88 Destino: 798 Art Zone

Es la tercera mayor atracción de China. Sin duda, un particular destino para la comunidad artística internacional.

90 Arte contemporáneo

El explorador gringo, de Fernando Vázquez Mahía, ilustra los viajes a la selva amazónica de Richard Evan Schultes.

94 Mecenazgo, cuando la empresa impulsa la cultura

Consecuentes con el importante rol que la cultura tiene en el progreso social, las grandes empresas toman el lugar de mecenas.

98 Pasos y torres de la Gran Muralla: de defensa a control de aduanas

Construida y reconstruida entre el siglo V a.C. y el siglo XVI d.C., es uno de los mayores emblemas arquitectónicos del mundo.



90

Cultura

84 Agenda cultural

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



2019: El comercio internacional en el sube y baja

Perspectivas 2020

Es imperativo que todos los países eviten políticas que distorsionen el comercio (FMI). Solo en un contexto de calma de las tensiones actuales, cabría una posibilidad de “arrastre” que hiciera que la expansión de la economía mundial se pudiera prolongar algo más y evitar la recesión.

Por Antonio López Crespo

A comienzos de 2019, las expectativas sobre el desarrollo del comercio internacional eran contradictorias. La guerra comercial desatada por Donald Trump contra China y la Unión Europea (UE) había comenzado a mostrar las secuelas de los primeros escarceos. Las últimas semanas de 2018 habían sido dramáticas, con sacudones en las bolsas de valores de todo el mundo, lo que verificaba que EE UU, de la mano de su actual presidente, profundizaba su rechazo al libre comercio.

La OMC preveía un 2,6% de crecimiento para el primer cuatrimestre del año. Para la segunda mitad del año llevó esas previsiones a un pálido 1,2% para todo 2019.

Sin embargo, algunas voces buscaban, en medio del desconcierto, señales positivas. Era el caso de Sarah Porter que, desde Singapur, destacaba los avances y progresos que se registraban en Europa y Asia a favor del comercio libre. Su primera observación se centraba en el **Tratado Integral y Progresista para la Asociación Transpacífico** (CPTPP, por su sigla en inglés), el nuevo acuerdo comercial que, a partir del primer día del año, reunía a 11 países (Australia, Brunei, Canadá, Chile, Japón, Malasia, México, Perú, Nueva Zelanda, Singapur y Vietnam) en un mercado abierto de casi 500 millones de personas, que representaban alrededor de un 13% del PIB mundial.

Su segunda observación hacía pie en el **Acuerdo de Asociación Económica (AAE) entre la UE y Japón**, en vigor desde el 1 de febrero de 2019, que permitía crear un área de libre comercio de más de 600 millones de personas — representando casi un tercio del PIB mundial — y que resultaba el más ambicioso tratado negociado por ambos hasta el momento.

FOTO: CARLOS ANDRES SANTOS/ISTOCKPHOTO.COM

Horizonte de crisis

Nouriel Roubini, prestigioso economista de la Universidad de Nueva York, en su artículo "Anatomía de la recesión que viene", señala que **hay tres posibles shocks de oferta negativos capaces de provocar una recesión global en 2020**, reflejo de factores políticos que afectan las relaciones internacionales:

1 El primer posible *shock* proviene de la guerra comercial y de monedas entre EE UU y China.



2 El segundo, de la "Guerra Fría" que se está gestando entre EE UU y China en torno a la tecnología, por el dominio de las industrias del futuro.



3 El tercero procede del petróleo: ante un escenario de disminución de precios, provocada por la ralentización económica mundial, Trump eligió acelerar el conflicto con Irán para elevar el precio del petróleo, a riesgo de provocar un conflicto militar.



Si bien no está expresado aún en ningún acuerdo, hay un tercer escenario en curso que podría ser trascendental para el libre comercio global: **los avances en las relaciones sino-japonesas** que parecen encaminarse lentamente hacia una intensificación de sus vínculos.

Y algo que quedaba todavía pendiente a comienzos de 2019: el **acuerdo UE-Mercosur**, que finalmente se firmaría a finales de junio, que reúne un mercado de casi 800 millones de habitantes del planeta y que explica un 35% de las exportaciones mundiales.

Los organismos internacionales compartían aquel optimismo medido a inicios de año: **la OMC preveía un 2,6% de crecimiento para el primer trimestre**. Pero la realidad mundial ha ido expandiendo una serie de preocupaciones que obligaron a recalcular. De hecho, a finales de 2018, las previsiones para el siguiente año habían sido del 3%, lo que ajustó a la baja a comienzos de abril pasado. **Para la segunda mitad del año llevó esas previsiones a un pálido 1,2% para todo 2019.**

El diagnóstico de la OMC vuelve a plantear un escenario de estancamiento para 2020, pero desestima el cuadro de recesión mundial que preanuncian muchos analistas de prestigio y, por tanto, estima que el crecimiento del comercio internacional estará en torno al 2,7%.

Seis escenarios de un horizonte crítico

Esas previsiones no son compartidas por buena parte de los análisis internacionales, que anticipan un cuadro de extremo riesgo en el desarrollo de la economía planetaria. Solo en un contexto de calma de las tensiones actuales cabría una posibilidad de "arrastré" que hiciera que la expansión de la economía mundial se pudiera prolongar algo más, azuzada por los beneficios fiscales que están estimulando el consumo interno en EE UU y las medidas fiscales y monetarias que el gobierno chino implementa para sortear las consecuencias de la "guerra comercial" con que ataca Trump.

Los acontecimientos que deberían ocurrir para favorecer un comercio internacional expansivo son múltiples y complejos. Pero, por el contrario, el contexto internacional lamentablemente no parece tender a la calma:

1. Horizonte de crisis: Los riesgos financieros acumulados durante la última década, junto con otras amenazas recientes, podrían desencadenar **una nueva crisis financiera internacional** y provocar una **recesión global**.

Es lo que sostienen los analistas de JP Morgan y el prestigioso **economista de la Universidad de Nueva York, Nouriel Roubini**. En ambos casos, prevén que crisis y recesión ocurrirían a lo largo de 2020.

Roubini, que fue parte del equipo de Asuntos Internacionales de la Casa Blanca durante la Administración Clinton, publicó en agosto pasado en *Project Syndicate* un apasionante artículo titulado "Anatomía de la recesión que viene", donde señala: "...hay tres posibles *shocks* de oferta negativos capaces de provocar una recesión global en 2020. Todos ellos son reflejo de factores políticos que afectan las relaciones internacionales; dos involucran a China, y EE UU está en el centro de cada uno de ellos".

Para el economista, el primero proviene de la guerra comercial y de monedas entre EE UU y China. El segundo, de la "Guerra Fría que se está gestando lentamente entre EE UU y China en torno de la tecnología (...) por el dominio de las industrias del futuro (IA, 5G, robótica, etc)". Y el tercero procede del petróleo.

En este punto caben algunas reflexiones. Ante un escenario de disminución de precios, provocada por la ralentización económica mundial que provoca la "guerra comercial" y el enfrentamiento de los tres grandes motores de la economía global (EE UU, China y la UE), **Trump eligió acelerar el conflicto con Irán para elevar el precio del petróleo**, poniéndolo en cotas que vuelven a hacer rentable la industria del *fracking* que posibilitó el autoabastecimiento de EE UU y la recuperación de su rol exportador.

Lo hizo a riesgo de provocar un conflicto militar. La sospechosa voladura de dos refineras en Arabia Saudita con drones de origen desconocido, atribuida a los hutíes de Yemen, que habrían logrado sortear la vigilancia de los más modernos sistemas de control que EE UU posee en ese país y en la región, es algo poco creíble para los expertos de seguridad militar de todo el mundo. Trump lo completó con el envío de la flota estadounidense al Estrecho de Ormuz.

El resultado fue que el precio del petróleo aumentó. Tras el anuncio del atentado a Saudi Aramco, los precios del petróleo se dispararon en las bolsas de todo el mundo y, a mediados de septiembre, el precio del Brent había aumentado casi un 20% (72 dólares por barril) y el WTI un 17% (64 dólares por barril), lo que

supuso un aumento de precios récord en toda la historia, según los especialistas.

Para Arabia Saudita, el atentado también fue conveniente. El reino, que tenía un déficit presupuestario de 8.900 millones de dólares, recibió la subida de los precios del petróleo como un regalo del cielo, que los drones hicieron literal. El 8 de septiembre pasado, el rey saudí había despedido al ministro de Energía, Jalid al Falih, por no haber podido lograr que los precios petroleros subieran y convirtió a su hijo, el príncipe Mohammed bin Salman, acusado por el crimen del periodista Jamal Khashoggi, en su nuevo ministro de Energía. Curiosamente, una semana más tarde, unos presuntos hutíes lograban el milagro de un ascenso vertiginoso de los precios.

Los otros grandes beneficiarios han sido los productores de petróleo no convencional de EE UU, para los cuales un barril en torno a los 50 o 60 dólares no resultaba rentable y a los que Trump ha mimado desde el comienzo de su mandato.

Según Roubini, esos potenciales *shocks* tendrían efecto estanflacionario, provocando “un encarecimiento de las importaciones de bienes de consumo, de los insumos intermedios, componentes tecnológicos y energía y reduciendo, a la vez, la producción al trastocar las cadenas globales de suministro”.

El peligro sobre el que advierte estriba en la posibilidad cierta de que el conflicto entre China y EE UU escale, generando un proceso de desglobalización, una ruptura de las cadenas de valor integradas y una creciente tendencia al aislamiento nacional, lo que implicaría “una implosión total del sistema internacional abierto de comercio”.

Si se observan con rigor los números de todo el mundo, la recesión en realidad ya está presente en los sectores manufacturero, industrial y tecnológico. Y si todavía no es global se debe a que el consumo privado en EE UU se mantuvo firme, en una economía que está “anabolizada”, aunque viviendo los estertores de los estímulos fiscales de la primera etapa de Trump.

El peligro sobre el que advierte Roubini, estriba en la posibilidad cierta de que el conflicto entre China y EE UU escale, generando un proceso de desglobalización, una ruptura de las cadenas de valor integradas y una creciente tendencia al “aislamiento nacional”, lo que implicaría “una implosión total del sistema internacional abierto de comercio”.

Por ejemplo, en el sector agrícola estadounidense, la guerra comercial ha complicado severamente a los granjeros que dependen en gran medida de las exportaciones, en especial de China. Trump se ha visto obligado a un costoso rescate económico que es el doble del criticado rescate de Obama durante la crisis de 2008.

En materia de producción industrial, la caída es notable. Con una mentalidad binaria propia del populismo, Trump supuso que, restringiendo la importación de bienes manufacturados, crecería la producción nacional. Pero sucedió todo lo contrario: la producción industrial estadounidense simplemente se redujo.

Trump y su equipo no entienden que, en un mundo globalizado, muchos fabri-

cantes de su país dependen en gran medida de piezas importadas e insumos, cuya producción en EE UU las haría muy costosas. Al generar, con la guerra comercial, una alteración de la cadena de suministros, las empresas reaccionan a la incertidumbre cancelando o suspendiendo sus planes de inversión hasta que el futuro se vea más claro.

Esto ha paralizado el transporte marítimo, consecuencia directa de la reducción del intercambio por la guerra comercial, e incluso el transporte interno por carretera en EE UU, que también ha entrado en recesión ante la caída de la producción industrial.

2. Agravamiento de la guerra comercial: La elevación de aranceles por parte de EE UU a China en octubre y la aplicación de aranceles punitivos a productos europeos generaron réplicas por parte de ambos sobre productos estadounidenses. Trump parece no advertir que su proteccionismo acrecienta el déficit comercial de su país. Con la economía interna anabolizada, el consumo seguirá creciendo y también sus importaciones, a menos que el EE UU de Trump decidiera un cierre de sus fronteras a cal y canto, lo que parece poco probable.

La primera fase del acuerdo que se estaba intentando se complicó, ante los apoyos de EE UU (Parlamento y Casa Blanca) a los disturbios en Hong Kong, considerados por China una injerencia en sus asuntos



Airbus A380, uno de los modelos desarrollados gracias a subsidios europeos.

FOTO: DMITRY A. MOTT/WIKIPEDIA

internos. Los analistas creen que esos apoyos “podrían poner en riesgo el progreso de la fase uno del acuerdo comercial” (Jim Reid, Deutsche Bank).

Henry Kissinger hizo una grave advertencia durante el New Economy Forum 2019, realizado en Beijing a finales de noviembre: “Si se permite que el conflicto se desarrolle sin restricciones, el resultado podría ser aún peor de lo que fue en Europa. La Primera Guerra Mundial estalló debido a una crisis relativamente menor.”

3. Comportamientos peligrosos de los mercados financieros: La prolongada política expansionista implementada durante una década por los grandes bancos centrales del mundo está presentando riesgos de empujar la economía mundial a un nuevo *crack* global. La combinación de bajas tasas de interés, excesos de liquidez, reducción del riesgo crediticio y la escasa diferencia entre tasas de interés de corto y largo plazo ha desatado una nueva y exuberante burbuja financiera, con incrementos injustificados en las acciones, los títulos de deuda pública y privada y en los valores inmobiliarios.

William White, ex jefe del departamento económico del Banco de Pagos Internacionales, advirtió acerca de los “comportamientos peligrosos de los inversionistas en los mercados financieros”. Como consecuencia de ello, Richard Kozul-Wright, de UNCTAD, puso el acento en la deuda global (250 billones de dólares) que se duplicó en esta década hasta representar hoy tres veces el PIB mundial.

El cuadro de situación se refleja en una encuesta de la banca suiza de inversión UBS: el 55% de las firmas que controlan las inversiones de familias millonarias a nivel mundial, con un capital promedio de 1.300 millones de dólares, cree que habrá una crisis económica global para el año que viene. Y el 45% de los encuestados admite que ha comenzado a tomar posiciones más conservadoras con las inversiones, apostando por bonos y propiedades inmobiliarias en lugar de acciones, ante el temor de lo que pueda suceder en la guerra comercial entre EE UU y China y las consecuencias futuras del Brexit sobre la economía global.

La deuda global, que se duplicó en esta década, es de **250 billones de dólares** y representa hoy **tres veces el PIB mundial**.

4. La hegemonía del dólar en cuestión: En agosto, en el marco de un simposio de política monetaria celebrado en Jackson Hole (Wyoming, EE UU) y organizado por la Reserva Federal de Kansas, Mark Carney, gobernador del Banco de Inglaterra, el banco central del Reino Unido, alertó sobre el papel “desestabilizador” del dólar estadounidense en la economía mundial y planteó si no ha llegado la hora de sustituir esa “divisa hegemónica”.

Carney destacó que la dependencia mundial del dólar como moneda de reserva es demasiado arriesgada y propuso una nueva moneda digital para reemplazarlo. Considera que la combinación de excesiva liquidez por tasas de interés ultra bajas, con un crecimiento débil pueden constituirse en una trampa para la economía global y afirma que una alternativa digital global podría estar coordinada por una red de bancos centrales.

Una moneda de esas características tendría, para Carney, el potencial suficiente

como para desplazar al dólar como divisa hegemónica en el comercio internacional. Se trata de un proceso de transformación saludable, basado en numerosas monedas estables: “En un mundo multipolar, se necesita una moneda multipolar (...) Tener varias monedas dominantes incrementa la oferta de activos sin riesgo y alivia las presiones sobre el equilibrio global de los tipos de interés mucho mejor que un sistema asimétrico”.

Según el gobernador del Banco de Inglaterra, una moneda digital “podría amortiguar la influencia dominante del dólar estadounidense en el comercio mundial” y reducir el contagio de los shocks estadounidenses a otras economías, gracias a una menor sincronización de los ciclos financieros y de comercio.

Un sistema como el propuesto provocaría el fin de la hegemonía de EE UU y la desaparición del sistema financiero global basado en el dólar, lo que reduciría la influencia estadounidense en el mundo multipolar. La propuesta difiere del proyecto Libra, de Facebook, ya que la nueva divisa digital que propone no sería creada por empresas tecnológicas estadounidenses, sino por los bancos centrales de distintos países.

En el mismo simposio, Jerome Powell, presidente de la Reserva Federal (Fed), contradiciendo los diagnósticos eufóricos de Trump, admitió que la ralentización de la economía global está motivada por las tensiones comerciales: “Las perspectivas de crecimiento mundial se han deteriorado desde mediados del año pasado. La incertidumbre de la política comercial parece estar desempeñando un papel en la desaceleración mundial y en el débil gasto en manufactura y en capital en EE UU”.

La volcánica reacción de Trump tuvo como objetivo a ambos banqueros. “Mi única pregunta es, ¿quién es nuestro enemigo más grande, Jay Powell o el presidente Xi?”, tuiteó. Y respecto de una divisa digital, declaró: “Representa una seria amenaza a la soberanía monetaria de EE UU y al estatus del dólar”.

Si se suma a ello el planteo de Rusia y China de avanzar en la estrategia de reservas de oro y encaminarse hacia la sustitución de dólar como moneda hegemónica,



y los cuestionamientos de Francia al “vasallaje estadounidense”, está claro que 2020 mostrará nuevos pasos en poner al dólar en cuestión.

5. El impacto de la resolución del Brexit sobre la economía de Reino Unido y su efecto global: El penoso —y por momentos payasesco— proceso de separación británica de la UE solo ha comenzado. Sus efectos profundos se irán viendo a lo largo de 2020 y en los siguientes años. La economía británica, cuyo tejido productivo y financiero ya se ha visto seriamente dañado por los más de tres años de incertidumbre desde el malhadado referéndum, amenaza con prolongarse. **Una onda expansiva de deterioros crecientes podría golpear incluso a la economía comunitaria y a otros países con intereses en Reino Unido.**

Durante el proceso de separación, según el Banco de Inglaterra, la economía británica se volvió un 2% más pequeña de lo que habría sido si Reino Unido hubiera permanecido en la UE. Y tuvo un costo de 1.000 millones de dólares semanales. Queda ahora por ver qué depara el futuro.

6. Tensiones provenientes de economías emergentes con potencial de desestabilización e incertidumbre en el mercado mundial: Es el caso de países como Irán, Venezuela, Argentina y Turquía. Sus realidades son disímiles y de distinto grado de complejidad, pero en todos los casos pueden afectar la estabilidad necesaria para que el comercio mundial no se siga retrayendo.

Las expectativas de un gobierno populista en Argentina que haga retroceder el acuerdo Mercosur-UE y que plantee nueva incertidumbre sobre el pago de sus deudas genera preocupaciones globales en los inversores. Por ejemplo, la inestabilidad económica del país y la posibilidad de un *default* han complicado su relación con China sobre los insumos y equipos vinculados a la producción industrial que el país importa del gigante asiático. En algunos casos, los proveedores chinos no cortaron la financiación, pero sí frenaron las órdenes de compra. En otros, exigen el 100% del pago al momento de ingresar la orden de compra, cuando en condiciones normales

Durante el proceso de separación, según el Banco de Inglaterra, la economía británica se volvió un 2% más pequeña de lo que habría sido si el Reino Unido hubiera permanecido en la UE. Y tuvo un costo de 1.000 millones de dólares semanales.

pedían la mitad y el resto en el momento del embarque.

En julio, China era el principal mercado en el que Argentina adquirió productos, por 943 millones de dólares, pero ya se advertía el deterioro, ya que esa cifra marcaba una caída interanual del 17%.

Por su parte, una deriva militar del conflicto con Irán y en el empantanamiento de la crisis venezolana pueden introducir alteraciones en el mercado petrolero, acrecentar los riesgos y frenar la inversión.

La OMC desafía a Trump y el FMI advierte

En el mes de abril pasado, un fallo histórico de la OMC confrontó de manera indirecta a uno de los argumentos más esgrimidos por Trump para justificar su órdago de aranceles y medidas proteccionistas basadas en la seguridad nacional.

El caso es una disputa planteada por Rusia y Ucrania, para que la OMC determine si una amenaza a la seguridad es suficientemente grave para justificar restricciones comerciales. Se trata de la restricción que Rusia impuso al transporte de

La inestabilidad económica de Argentina y la posibilidad de un *default*, ha complicado su relación con China sobre los insumos y equipos vinculados a la producción industrial que el país importa del gigante asiático.

mercancías ucranianas por territorio ruso, con destino a Kazajistán y Kirguistán.

La decisión del organismo reivindica la autoridad de la OMC para determinar si una amenaza a la seguridad es suficientemente grave para justificar restricciones comerciales. El fallo fue histórico en tanto se trata del primero sobre seguridad nacional que establece un precedente legal que pone en conflicto la política de aranceles de EE UU.

El Gobierno de EE UU ha reiterado que el organismo no tiene el poder de resolver tales asuntos y el propio **director general de la OMC, Roberto Azevedo**, reconoció la inconveniencia de que el organismo comercial medie en conflictos de seguridad regional, en tanto no es su potestad. Para Azevedo: “Los temas que son suficientemente sensibles para plantear problemas de seguridad nacional deben tratarse política y no técnicamente en el mecanismo de solución de diferencias de la OMC. Pero están presentando casos y no tenemos opción”.

Trump usó una interpretación controvertida de una ley de seguridad nacional estadounidense de la época de la Guerra Fría para justificar los aranceles al acero y al aluminio, y lo mismo hizo en otros casos, como su ataque a Huawei y otras empresas chinas y su planteo de aranceles a las importaciones de automóviles.

Si bien las normas de la OMC admiten que un país puede tomar “medidas que considere necesarias para la protección de sus intereses esenciales de seguridad”, la decisión histórica del organismo, que desafía los planteos de Trump, se centra en la cuestión del “exceso”, es decir, que esa innovación no puede ser una justificación excesiva para violar las normas de comercio internacional.

En la misma dirección, **el FMI urgió a evitar políticas que distorsionen el comercio e insistió en fortalecer el sistema de comercio multilateral basado en normas internacionales**, cuestionando las tensiones comerciales que están afectando la inversión y el crecimiento global.

En un informe presentado en julio, señaló: “Es imperativo que todos los países eviten políticas que distorsionen el comercio. Las acciones recientes de la po-

lítica comercial están afectando los flujos comerciales globales, la inversión y el crecimiento, incluso a través de los efectos de confianza y la interrupción de las cadenas de suministro globales, sin ningún impacto perceptible en los desequilibrios externos hasta el momento”.

Coincidiendo con la OMC, el FMI señaló, en el mismo mes, que los países con superávit y con déficit deberían esforzarse por reactivar los esfuerzos de liberalización y fortalecer el sistema de comercio multilateral basado en normas que ha servido a la economía mundial durante los últimos 75 años.

Llamativamente, el reporte del organismo destacaba entonces que la posición externa de China estaba en línea con los fundamentos y las políticas deseables, ya que “el superávit de su cuenta corriente se redujo aún más, aunque para lograr un reequilibrio externo duradero será necesario controlar gradualmente las políticas macroeconómicas expansivas y adoptar nuevas reformas estructurales, mientras que los saldos superiores a los garantizados estuvieron centrados en la zona del euro y en otras economías avanzadas como Corea y Singapur, mientras que los saldos inferiores a los garantizados se mantuvieron concentrados en el Reino Unido, EE UU y algunas economías emergentes como Argentina e Indonesia”.

Además, advertía que, en el mediano plazo, las tensiones comerciales podrían afianzarse y una mayor divergencia podría

El FMI urgió a evitar políticas que distorsionan el comercio e insistió en fortalecer el sistema de comercio multilateral basado en normas internacionales, cuestionando las tensiones comerciales que están afectando la inversión y el crecimiento global.

desencadenar costosos ajustes disruptivos en las economías deudoras clave que podrían extenderse al resto del mundo.

México, uno de los socios relevantes de EE UU, advirtió sobre el peligro de un sistema multilateral de comercio debilitado. Así lo planteó Luz María de la Mora, subsecretaria de Comercio Exterior de ese país: “La OMC enfrenta muy importantes retos con la falta de un liderazgo claro de hacia dónde queremos llevar el sistema multilateral de comercio”. Y alertó sobre el riesgo de que el sistema de intercambio global se debilite ante el crecimiento de las políticas aislacionistas.

Para la funcionaria mexicana: “EE UU es el principal actor en el comercio internacional y lo que haga nos afecta de alguna forma porque, a pesar de ser el principal actor y el líder en la construcción del sistema multilateral de comercio, desde la llegada del presidente Trump se nota un

viraje de la política comercial hacia una política más nacionalista, más aislacionista, con medidas más unilaterales que están afectando los flujos del comercio internacional”.

Europa bajo fuego de Trump

En octubre, apoyado en un dictamen del Tribunal de Arbitraje de la OMC que admitía que EE UU tiene derechos de compensación por 7.500 millones de dólares debido a los subsidios que los gobiernos europeos concedieron a Airbus para el desarrollo de sus modelos A350 y A380, Trump decidió, en horas, imponer aranceles a 300 productos de la UE. Estos incluyen, no solo insumos de la industria aeronáutica, sino productos agrícolas — que obsesionan a Trump— como *whisky* escocés, vino francés, queso italiano, aceitunas españolas, entre otros.

La reacción estadounidense pone de manifiesto algo que, desde Marco Trade Revista, hemos señalado con frecuencia: la declamada “guerra comercial” no es solo contra presuntas prácticas chinas en materia de comercio y derechos intelectuales, sino que responde al “nacional-populismo” de la Administración actual de la Casa Blanca, que considera enemigo todo aquello que está más allá de sus fronteras, e incluso cierta parte de su propia población, que es evaluada como una especie de “infección” externa. Y, aunque las prácticas comerciales europeas no sean cuestionables, queda claro que, para Trump, la UE es un enemigo más.

La motivación última de su Administración quedó sintetizada desde el inicio: *America First*. Es decir, mantener a cualquier costo el dominio hegemónico de EE UU en el campo militar, el mercado tecnológico y el comercio global. Sus subsidios a Boeing o a sus votantes agricultores y la escalada arancelaria tienen un fundamento: la seguridad nacional. Cuando la OMC falle —si es coherente con el dictamen de octubre— autorizando las compensaciones por parte de la UE ante los subsidios a los desarrollos de Boeing, veremos cómo Washington desconoce la potestad de los organismos multilaterales cuando no responden a sus intereses. ●



Trump decidió imponer aranceles a 300 productos de la UE que incluyen no solo insumos de la industria aeronáutica sino productos como *whisky* escocés, vino francés, queso italiano, aceitunas españolas, etc.



Vista del puerto de Yantian, zona económica especial en China

Zonas francas

Una herramienta de estímulo a la exportación y a la inversión extranjera

El peligro de una ralentización del comercio internacional transforma a las Zonas Francas o Zonas Económicas Especiales en un tema vigente, de una importancia estratégica y económica significativa. Su crecimiento ha sido exponencial y el impacto en sus lugares de implantación, decisivo para el desarrollo.

Por Antonio López Crespo

En el contexto de decrecimiento económico mundial, con un comercio global sometido a máximas tensiones, desde distintos frentes se puja por mantener la dinámica globalizadora y evitar que se agudice el actual proceso de ralentización de la economía.

Una de las expresiones de ese fenómeno se expresa en la intensificación de los

acuerdos de libre comercio a lo largo y ancho del mundo. El peligro de una ralentización del comercio internacional y la tendencia a contrapesar las intenciones de Washington transforman a las **Zonas Francas (ZF) o Zonas Económicas Especiales (ZEE)** como un tema vigente, de una importancia estratégica y económica significativa.

En la concepción más tradicional, una ZF es un espacio territorial con procedimientos aduaneros distintivos, que permiten importar mercancía extranjera (incluyendo materias primas, componentes y bienes manufacturados) sin el requisito

de pagar de inmediato los derechos arancelarios. La mercancía que arriba a las ZF puede ser almacenada, exhibida, montada, procesada o empleada en manufacturas previas a la reexportación o a la entrada en el territorio aduanero nacional.

Para algunos especialistas, el término "Zona Económica Especial" (ZEE) se ha adoptado para referirse al concepto de ZF a nivel internacional, es decir que la ZEE sería un término genérico que abarca diferentes Zonas, entre ellas las ZF. Para otros, se trata de términos equivalentes sin diferencia alguna y el primero conforma, para el mismo concepto, una denominación más moderna, noción a la que adhiere el presente análisis.

En las políticas económicas estas herramientas juegan un papel muy importante, tanto como estímulo y fomento, como factor de dinamización para ciertas regiones con un potencial subutilizado. De hecho, cualquier análisis de las principales ZEE existentes en el mundo revela que su crecimiento ha sido exponencial y el impacto en sus lugares de implantación, decisivo para el desarrollo.

Durante las últimas décadas, el concepto de ZEE ha evolucionado dando lugar a diversas tipologías. Las ZF europeas, por ejemplo, podrían clasificarse como regímenes exclusivamente aduaneros que

Tipos de ZEE

Bajo el concepto de Zona Económica Especial coexisten al menos seis tipologías diferentes:

01. Free Trade Zones
02. Export Processing Zones
03. Free Ports
04. Enterprises Zones
05. Single Factory
06. Specialized Zones

solo de forma excepcional, ofrecen ventajas fiscales.

Según un relevamiento realizado por miembros de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Jesús Arteaga Ortiz, María José Miranda Martel y Pedro Ferrer) junto al profesor Jorge Riveras, de la Framingham State University, **bajo el concepto de ZEE coexisten al menos seis tipologías diferentes: *Free Trade Zones*; *Export Processing Zones*; *Free Ports*; *Enterprises Zones*; *Single Factory* y *Specialized Zones*.**

1. ZF o Zonas de Libre Comercio (*Free Trade Zones*). Responden a áreas relativamente pequeñas, con delimitaciones físicas (es decir cercadas), con capacidad de almacenamiento y depósito de mercancías. Están situadas en la mayoría de los puertos de entrada de todo el mundo. Ofrecen además servicios de distribución comercial para poder realizar un eficiente transbordo y reexportación de los bienes. En general, no permiten operaciones de transformación. Un ejemplo es la ZF de Vigo (España) o la Zona Libre de Colón (Panamá). México, en 2017, incorporó las ZEE de Puerto Chiapas, Coatzacoalcos y Lázaro Cárdenas-La Unión, otorgando importantes beneficios a las inversiones: tasa 0% de ISR en los primeros 10 años y de 50% los siguientes cinco años, además de tasa 0% de IVA.

2. Zonas Francas Industriales orientadas a la Exportación (*Export Processing Zones*, *EPZ*). Son aquellas que, en general, permiten la fabricación de productos con destino a una posterior exportación. Para ello, ofrecen incentivos y servicios. Las hay de dos tipos: las tradicionales, donde toda la zona es solo para empresas orientadas a la exportación y reguladas bajo las normas de la EPZ (por ejemplo, la ZFI Jinqiao - Shanghái, China); y las híbridas, que tienen un área reservada solo para empresas que estén orientadas a la exportación y registradas como tales, pero que admiten, además –por separado– a otras industrias, estén o no orientadas a la exportación. Por lo general implican producciones con mano de obra intensiva (por ejemplo, Lat Krabang, Tailandia, o Karachi, Pakistán).

3. Puertos Francos (*Free Ports*). Se tra-

Hoy existen en el mundo
unas 4.300 zonas
económicas especiales que
representan más de 41 %
de las exportaciones
mundiales, reciben 20% de
la inversión extranjera
directa y generan más de
70 millones de empleos
directos

ta de extensas superficies espaciales que desarrollan todo tipo de actividades, que pueden incluir servicios turísticos, ventas minoristas y, en algunos casos, residencias personales. Estas zonas suelen proporcionar un amplio número de incentivos y beneficios. Un ejemplo es el Puerto Franco de Yangshan, China. En la estructura china de comercio, este tipo es muy frecuente. La “Ciudad Internacional” de Corea, en la isla de Cheju, es otro ejemplo destacable.

4. Zonas de Empresas (*Enterprise Zones*). Son zonas destinadas a potenciar o recuperar áreas deprimidas o en dificultades mediante incentivos fiscales y subvenciones financieras. La mayoría de estas zonas se encuentran en países desarrollados, como EE UU, Francia y Reino Unido, y también son comunes en China (por ejemplo, las Zonas Franchas Urbaines, Francia, y los Contratos de Área, Italia).

5. Fábricas individuales orientadas a la exportación (*Single Factory Export Processing Zone*). Se trata de acuerdos de incentivos a empresas individuales que, por ello, no deben ubicarse dentro de una zona designada para recibirlos. Algunos países como México, Madagascar, Islas Mauricio y Fiji utilizan con frecuencia esta herramienta y también son frecuentes en África, mientras que otros (EEUU, Costa Rica o Sri Lanka) combinan ambos modelos.

6. Zonas Especializadas (*Specialized Zones*). Se encuentran en un gran número de países y su característica principal es que cada zona se ha establecido con

un propósito especial o específico, como pueden ser los parques científicos y tecnológicos, zonas petroquímicas, zonas de logística y almacenamiento, zonas de juego, áreas financieras, etc. Algunos ejemplos son la Zona de Operaciones y Logística Funza, Bogotá, Colombia; Internet City de Dubái, Emiratos, que se centra en desarrollo de *software* y servicios basados en Internet, y Labuan Offshore, Malasia, que es un centro Internacional de finanzas *offshore*.

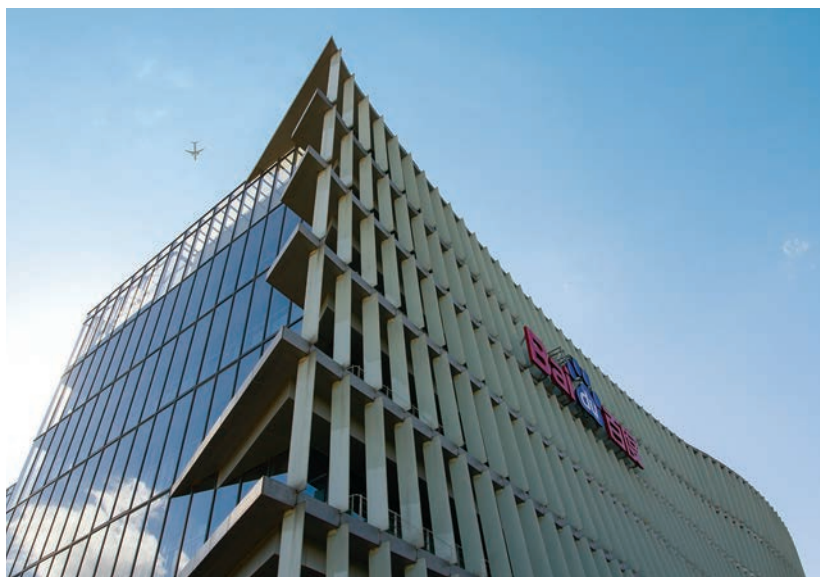
Impulsoras del desarrollo y el intercambio

Todas estas zonas surgen del proceso de globalización y de la consiguiente necesidad de movilidad del capital. Han sido, en un principio, de enorme atractivo para empresas de países desarrollados en busca de menores costos laborales e importación de bienes intermedios sin aranceles.

Pero muy rápidamente se han transformado en una **herramienta para las economías en vías de desarrollo** –como lo ejemplifica el proceso chino y de otras economías asiáticas–, no solo por la **creación de empleo, la captación de impuestos sobre la renta o el valor agregado y el ingreso de divisas fruto de la Inversión Extranjera Directa (IED)**, sino muy especialmente por el **desarrollo de cadenas de valor con productores locales de bienes primarios, agrícolas o intermedios y por la transferencia de conocimiento y tecnología** que han proporcionado.

La generación de empleo, la expansión de las exportaciones y el fomento de la inversión son las características más importantes de las ZEE. **Hoy existen en el mundo unas 4.300 zonas de este tipo, que representan más de 41% de las exportaciones mundiales**, reciben 20% de la inversión extranjera directa (IED) y, según Martín Ibarra, vicepresidente de la Organización Mundial de Zonas Francas (WFZO), generan más de 70 millones de empleos directos, lo que equivale al 1% de la población mundial.

Ibarra destaca que, solo en China, las ZF emplean a 40 millones de personas y prevé que seguirán creciendo a nivel global, aunque requieren un mayor apoyo por parte de los gobiernos para po-



Sede de Baidu, multinacional del sector tecnológico, en el Distrito de Haidian

tenciar aún más esta herramienta: “He visto en China el poder de las zonas francas y el secreto está en el apoyo político de los gobiernos, en convencerlos de que no hay mejor instrumento para importar oportunidades de inversión y producción que las zonas francas”.

Su evolución ha sido fulgurante: desde la primera ZEE moderna en Shannon, Irlanda (1959) el fenómeno se ha expandido como una hiedra por todo el mundo, de la mano de sus incentivos fiscales, sus tramitaciones aduaneras simplificadas y una mayor libertad para la importación y exportación de mercancías.

En los 40 años que van de 1975 a 2015, el número de ZEE a nivel mundial pasó de 79 a 4.306, es decir un incremento de más del 4.000%. El Banco Mundial destaca que esa expansión fue muy notable a partir de la década de 1990, acompañando el proceso globalizador.

Pero la creación de empleo no es el único valor que generan. Su principal resultado es, además, fomentar el comercio y la actividad industrial exportadora a través de la reducción de costos, la oferta de incentivos fiscales y la simplificación de los procedimientos administrativos. De esa forma, las ZF constituyen un factor clave para impulsar la competitividad de las naciones y la generación de empleos de calidad.

China ha hecho un uso virtuoso de

las ZEE. Douglas Zhihoua Zeng (WB) señala que representaron alrededor del 22% del PIB nacional, atrajeron alrededor del 46% de la IED y generaron el 60% de las exportaciones. Las tasas de crecimiento anual de las ciudades chinas con ZEE son, en promedio, 3% más altas que el resto y se estima que el efecto de la concesión del estatus de ZEE significó un aumento de 5,5% en la tasa de crecimiento anual del ingreso per cápita real de una ciudad media.

Razones del éxito o el fracaso de las ZEE

La experiencia china, y también la de otros países, demuestra que las ZEE terminan actuando más allá de esos tres objetivos básicos: catalizador del comercio, de la inversión y del empleo. También contribuyen a mejorar la competitividad y a facilitar a la transformación económica, así como a que la transferencia tecnológica y el crecimiento económico se produzcan con mayor velocidad.

Desde luego, las condiciones de cada país en cuanto a recursos, infraestructuras, ambiente de negocios y capacidades de su fuerza laboral harán la diferencia y determinarán en buena medida la atracción del capital extranjero, la creación de más o menos empleo y el incremento de su comercio exterior. Pero un factor a tener en cuenta es que las ZEE terminan

constituyendo verdaderos “laboratorios”, zonas de experimentación para la formulación de futuras políticas económicas en el país que las implanta. Por lo que la experiencia muestra que sus resultados exitosos son de largo plazo y que su impacto en los primeros dos lustros es creciente pero moderado.

Son diversos los factores que determinan el éxito o fracaso de un programa de ZF o ZEE. Estudios a nivel internacional destacan que un factor de éxito reside en la **calidad de la dotación de infraestructura**. La disponibilidad de puertos y aeropuertos, la provisión de carreteras y caminos adecuados, servicios eficientes de agua, electricidad y gas, prestaciones veloces y estables de telefonía e Internet, entre otros, son condiciones básicas para que una ZEE sea atractiva y concite la inversión. A ello debe sumarse la provisión de capacitación y entrenamiento del capital humano. Todo ello requerirá fuertes inversiones de los gobiernos locales, lo que suele constituir uno de los mayores desafíos, sobre todo en países en desarrollo que enfrentan limitaciones financieras, para una implementación exitosa de un programa de ZEE.

Otro factor importante está vinculado a la decisión estratégica acerca de la **ubicación geográfica de las ZEE**. Un ejemplo de ello es el éxito de la Zona Libre de Colón en Panamá, cuya ubicación geoestratégica lo hace enormemente atractivo para la inversión extranjera como nodo del comercio mundial. **La experiencia internacional demuestra que las ZEE tienden a ser más exitosas cuanto más próximas se encuentran de grandes mercados con un número importante de consumidores, una alta tasa de productores y capital humano desarrollado.**

Uno de los factores de fracaso proviene de los criterios usados para definir la ubicación geográfica, cuando estos privilegian consideraciones políticas más que económicas o comerciales. Es cierto que en casi todos los países se ha decidido localizar alguna ZF en una región rezagada o remota, con capacidades productivas subutilizadas. Pero, como señala el Banco Mundial, ello debe ir acompañado por una infraestructura

conectada y moderna, por el acceso a servicios eficientes y con una dotación laboral con las habilidades necesarias. De lo contrario, la pérdida de competitividad y el fracaso están asegurados. En todo caso, las empresas internacionales otorgarán prioridad a regiones donde se acceda a infraestructuras de calidad, mercados laborales apropiados y conocimiento instalado.

También contribuye al éxito o fracaso de una ZEE la **eficiencia y facilidad de los trámites y regulaciones comerciales** que se establezcan. Un caso ejemplificador del fracaso lo constituye la implementación del programa de ZF en Argentina. La vocación histórica de sus gobiernos a favor de posiciones proteccionistas, sumada a una estructura extremadamente burocrática, un ambiente poco propicio a los negocios y un Estado deficitario que obliga a altos impuestos y, por tanto, bajos o nulos beneficios fiscales para los inversores en las ZF, han sido los elementos que determinaron su fracaso.

En todos los casos, a la eficiencia de los trámites y las cuestiones regulatorias debe sumarse la necesidad de contar con un **gobierno eficaz, en sintonía con el sistema de mercado y un fuerte compromiso de los líderes políticos y empresariales** para una implementación exitosa de las ZEE.

Uno de los errores habituales en el modelo de implementación de las ZEE es considerar que aquellos elementos que, en origen, fueron la fuente de competitividad de los países emergentes, como salarios bajos, preferencias comerciales e incentivos fiscales, son sostenibles a través del tiempo. China entendió rápidamente esta característica temporal del sistema y asentó la sostenibilidad del desarrollo económico de las ZEE en aquellos factores externos que son los que fortalecen su desarrollo: la integración de las cadenas de valor y los clústeres locales, así como la integración de las ZEE a la economía interna del país.

En tal sentido, el éxito de las ZEE implica diseñar una estrategia en cuatro direcciones:

a) la captura y transferencia a la producción local de **tecnología y conocimientos**

Como parte de la evolución de las ZEE, debe prestarse especial atención a la **implantación de zonas francas para los sectores de alta tecnología y servicios sofisticados**. El 73% de las 450 ZF de EE UU pertenecen a esos sectores, India tiene 400 con ese destino y China ha ido aún más lejos: posee 200 súper ZEE de cuarta generación, que constituyen verdaderas “ciudades del conocimiento”.

que permitan crear economías de escala y aumentar significativamente las habilidades productivas de la fuerza laboral;

b) la posibilidad, a partir de esa transferencia, de **una producción diversificada y con la necesaria sofisticación**;

c) la creación de **clústeres industriales** y la integración de **cadena de valor regionales** que permitan el desarrollo de los productores locales;

d) la **articulación de empresas, gobierno e instituciones educativas, tecnológicas y de investigación** para dar soporte de conocimiento al desarrollo de largo plazo.

Como parte de la evolución de las ZEE, debe prestarse especial atención a la **implantación de zonas francas para los sectores de alta tecnología y servicios sofisticados**. El 73% de las 450 ZF de EE UU pertenecen a esos sectores, India tiene 400 con ese destino y China ha ido aún más lejos: posee 200 súper ZEE de cuarta generación, que constituyen verdaderas “ciudades del conocimiento”.

En síntesis: los impactos incrementales del establecimiento de las ZEE a nivel internacional muestran que, en el corto plazo, operan como importantes instrumentos de inversión, empleo y exportaciones. Pero su efecto puede ser enormemente dinámico sobre el desarrollo de un país o región a través de la transfe-

rencia tecnológica y integración con la economía doméstica que producen, lo que acarrea, en el largo plazo, un cambio estructural de la economía donde se implantan.

Su importancia para Iberoamérica

Frente a la guerra comercial que EE UU le ha declarado, no a China ni a Europa, sino al libre comercio mundial, hoy más que nunca **Iberoamérica necesita de la implementación de ZF para estimular sus exportaciones, atraer inversión extranjera, lograr transferencia tecnológica, crear empleo e impulsar su desarrollo**. Se trata de aprovechar sus fuertes lazos culturales e históricos para oponerse al proteccionismo y potenciar el avance global hacia economías interconectadas.

Las ZF/ZEE han demostrado ser una herramienta valiosa para el desarrollo de los países, convirtiéndose en importantes estructuras para la transformación económica y la generación de cadenas productivas y permitiendo posicionar empresas a un alto nivel competitivo en el comercio internacional. Cabe destacar, sin embargo, que en las ZF españolas en general no es posible la transformación de mercancías. Condicionadas por determinadas disposiciones del Código Aduanero Comunitario, las únicas operaciones autorizadas –que, en ningún caso, suponen un cambio de partida arancelaria– son actividades de limpieza, secado, desinfectado, empaquetado y demás sobre las mercancías.

Esta imposibilidad de generar valor añadido a las mercancías almacenadas en una ZF de España coloca a las zonas españolas o comunitarias en desventaja respecto a las de otros países, donde se permite, como hemos visto, su transformación.

De todos modos, la experiencia de China, Corea del Sur e India muestra que **en el ADN de una política de ZEE está el factor de experimentación de políticas estratégicas con una visión de mediano y largo plazo, que requiere un enfoque pragmático, un aprendizaje constante y un compromiso fuerte de los gobiernos implicados para la construcción de nuevas reglas e instituciones**. ●



Zona de Libre Comercio de Beijing, espacio apuntado al exterior



Cercana al Aeropuerto Internacional, la Zona de Libre Comercio de Beijing-Tianzhu fue aprobada por el Consejo de Estado en 2008. Se trata de la única aduana de control especial en Beijing y la primera zona de libre comercio basada en un aeropuerto en China.

Con un área planificada de 5.466 kilómetros cuadrados, la Zona de Libre Comercio de Beijing apunta a ser un portal de apertura de la capital al mundo exterior.

El espacio se divide en una zona de operación portuaria y una zona funcional. Estas cubren conjuntamente un área de 3.177 kilómetros cuadrados en su primer

momento de operación. A su vez, existen amplios recursos territoriales para su desarrollo: cuenta con 1.980 hectáreas de tierra, de las cuales 1.282 ya han sido desarrollados, 216 están actualmente en construcción y otras 324 ya han sido asignadas.

Por otro lado, el proyecto cuenta con amplios recursos de construcción disponibles: 750.000 metros cuadrados de plantas procesadoras (de los cuales ya se han construido 720.000 y los restantes se encuentran en proceso de construcción); 600.000 metros cuadrados de bodegas (de las cuales se han construido 500.000 y 100.000 están en construcción actualmente); 810.000 metros cuadrados de

El espacio se divide en una zona de operación portuaria y una zona funcional. Estas cubren conjuntamente un área de 3.177 kilómetros cuadrados en su primer momento de operación.

edificios comerciales (500.000 operativos y 310.000 en construcción). En 2018, se generaron 6.908 dólares de ingresos comerciales por metro cuadrado de tierra de almacenamiento, 2.010 dólares de importación y exportación y 0,04 millones de dólares de impuestos territoriales.

Un espacio funcional al comercio exterior

Este verdadero *hub* funcional de economía orientada a la exportación es una plataforma de exhibición y comercialización de productos de alta calidad y precisión.

Esta zona franca ofrece una funcionalidad completa, normas preferenciales, convenientes despachos de aduana y gestión avanzada, proporcionando un gran apoyo para el desarrollo de negocios. Cuenta con importantes funciones portuarias, tales como un puerto para el comercio en general, para el correo internacional urgente y para la importación de vehículos, además de un puerto designado para importar cinco tipos especiales de *commodities*. Por otro lado, cuenta con servicios interconectados, una variedad de plataformas de desarrollo que proporcionan un fuerte apoyo para las empresas.

Las facilidades para los productos que entran a la Zona son amplias: pueden

estar libres de impuestos, con servicios vinculados y disfrutar reembolsos tributarios. Las empresas pueden evitar el IVA y el impuesto al consumo. A su vez, no hay cuotas ni licencias de importación y exportación, al igual que es inexistente un límite en el período de almacenamiento para bienes adheridos en la Zona.

También se proporciona una mayor comodidad en la supervisión, ya que las autoridades han tomado una serie de medidas para mejorar la conveniencia en los procedimientos de administración. Se da prioridad en tiempo a la entrada de los bienes y luego se realiza la declaración de aduanas, se privilegia la entrega en lotes y la declaración a granel. Además, hay despacho las 24 horas y los siete días de la semana, una inspección única y verificación a granel, despacho de aduana único. La Zona también ha sido aprobada para ser un área piloto para las empresas que realizan negocios vinculados y no vinculados para registrarse como contribuyentes generales de IVA en las áreas de control especial de aduanas.

Por otro lado, la Zona de Libre Comercio de Beijing cuenta con ventajas geográficas clave: es adyacente al Aeropuerto Internacional de Beijing y está a 35 kilómetros del centro municipal, con una red de transporte que incluye seis autopistas, dos subterráneos y seis carreteras que aseguran un transporte conveniente a través de la ciudad. El ae-



Zona de comercio electrónico transfronterizo

ropuerto tiene 103 aerolíneas que operan vuelos desde o hacia 132 países con 296 destinos, con un rendimiento anual de pasajeros de más de 100 millones. La Zona está cerca de la nueva ciudad del distrito de Shunyi, y las instalaciones de los alrededores son efectivas.

Las industrias clave

El principal foco de la Zona De Libre Comercio Beijing-Tianzhu son las industrias de procesamiento, logística y servicios vinculados. Entre ellos se encuentran grupos industriales y corporativos en productos farmacéuticos, materiales de aviación, cultura, finanzas, comercio electrónico transfronterizo y otras

industrias características que ya se han instalado, apuntando a formar clústers que enriquezcan la experiencia de todas las industrias.

La administración busca optimizar constantemente los servicios integrales para la industria farmacéutica y se enfoca en desarrollar nuevas áreas de negocios, como I+D, fabricación, comercio internacional, logística y almacenamiento y



Vista aérea del proyecto

En números

La Zona de Libre Comercio ha demostrado ser una ruta de desarrollo innovadora, expandiéndose a funciones de alto valor agregado, como innovación en I+D, comercio transfronterizo y leasing financiero. Las siguientes cifras corresponden a las empresas registradas para 2018.

3.452 millones de dólares
en ingresos comerciales
crecimiento anual promedio de **39%**

180 millones de dólares
en ingresos fiscales territoriales
crecimiento anual promedio de **51,5%**

7.110 millones de dólares
de importación y exportación
crecimiento anual promedio de **44,8%**

551.944 millones de dólares
de ganancia total
crecimiento anual promedio de **35,6%**

7.482 millones de dólares
de activo total al final de
período empresarial
crecimiento anual promedio de **34,9%**



Base para el Comercio Cultural Internacional

distribución regional. El valor de la medicina importada aquí representa el 20% del total nacional, y está tomando forma una plataforma funcional central para el comercio farmacéutico internacional en el norte de China.

Por otro lado, es de particular importancia el comercio de **piezas y materiales de aviación**. Con las ventajas inigualables de recursos en el aeropuerto, la Zona mejora el desarrollo del comercio de materiales de aviación, mantenimiento, consultoría técnica, operación de jets de negocios y otras industrias clave.

Un objetivo práctico del emprendimiento es lograr una combinación de **industria y finanzas**. Con la base de los servicios financieros existentes, tales como inversiones de capital, *leasing* financiero y negocios de factoraje, se enfoca en el desarrollo de la industria del *leasing* financiero de aeronaves, con la ventaja única de la plataforma del aeropuerto dentro de la Zona. También está en desarrollo el arrendamiento de equipos médicos, activos intangibles y equipos de cine y televisión, en un intento por promover el rápido desarrollo de un área de clúster de arrendamiento financiero en Beijing.

Enfocada en la construcción de almacenes en los países a lo largo de la nueva Ruta de la Seda, la zona franca busca expandir la red mundial de sitios de **comercio electrónico transfronterizo** y promueve el servicio público del gobierno a nivel mundial.

Para proporcionar servicios de avanzada, la Zona de Libre Comercio de Beijing

busca sumar **empresas de logística modernas**, de las que ya ha reunido a más de 380, tanto nacionales como extranjeras. Con plataformas avanzadas de inspección de aduanas e instalaciones de servicio en tierra, estas empresas pueden proporcionar servicios eficientes de importación y de exportación, almacenamiento, distribución y tránsito.

Por último, se busca también apoyar la innovación de las empresas comerciales de ciencia y tecnología. Basándose en la política y las ventajas funcionales de la Base de Comercio Internacional de Ciencia y Tecnología de Beijing, la Zona promueve la innovación y el desarrollo de negocios como **I+D de ciencia y tecnología, producción, procesamiento, almacenamiento y logística, y comercio de exhibición**. En estas áreas, se exploran modelos y canales de desarrollo integrados de ciencia y tecnología para industrias características como la aviación, la medicina, la cultura y el comercio electrónico transfronterizo,

Este verdadero *hub* funcional de economía orientada a la exportación es una plataforma de exhibición y comercialización de productos de alta calidad y precisión.

al tiempo que fomenta el rápido desarrollo de I+D, pruebas, mantenimiento y servicios innovadores vinculados.

Los principales logros

Entre las grandes conquistas del proyecto puede contarse, sin dudas, el **rápido desarrollo del comercio cultural y las bases culturales de exportación**. La Base para el Comercio Cultural Internacional de Beijing y la Base Nacional para la Exportación Cultural están establecidas con instalaciones con espacios de almacenamiento adheridos que superan los 300.000 metros cuadrados. Algunos de ellos están equipados con dispositivos de control de temperatura y humedad, que cumplen con los requisitos de almacenamiento y logística propios del entorno cultural y las obras artísticas, reliquias culturales y otros productos especiales.

Por otro lado, se ha innovado en el desarrollo del Parque Industrial Transfronterizo de Comercio Electrónico de China de Beijing. Para tal fin, existen dos estaciones de supervisión de compra directa, una estación de supervisión de almacenamiento adherido, cuatro almacenes de almacenamiento adherido y seis líneas de inspección de rayos X. Gracias a estas ventajas, ya se han atraído 23 empresas de comercio electrónico transfronterizas.

Por otro lado, se ha impulsado el **desarrollo del Área del Clúster de Arrendamiento Financiero de Beijing**. Se logró el primer proyecto de arrendamiento de aeronaves consolidadas en China y se llevó a cabo el primer caso de arrendamiento de activos intangibles culturales en el país. Por, otro lado, se estableció la primera plataforma nacional para compartir materiales de aeronaves. Esta área del clúster se centra principalmente en el arrendamiento financiero, de fondos, *factoring*, seguros y servicios financieros.

Por último, para completar las múltiples funcionalidades de este centro, se ha **construido un Centro de Exhibiciones** con un área de sala de exposiciones de 60.000 metros cuadrados, un edificio de oficinas de apartamentos de 40.000 metros cuadrados, y 20.000 metros cuadrados de estacionamiento subterráneo. ●

UNA COBERTURA DE CALIDAD INIGUALABLE.

SOMOS LOS EXPERTOS EN SEGUROS PARA LA INDUSTRIA DE LA LOGÍSTICA.

SEGURO DE CARGA SIN DEPÓSITO, SIN MÍNIMOS Y CON TASAS BAJAS

▪ USTED ELIGE:

Elija entre una de nuestras aseguradoras de primera calidad y de renombre mundial, entre ellos Lloyd's, AXA, TT Club, y AIG.

▪ SERVICIO DE RECLAMOS PERSONALIZADO:

Tenemos autoridad de nuestras aseguradoras para resolver la gran mayoría de los reclamos en casa, por lo general en tan sólo un par de semanas.

▪ EXPERIENCIA EN PROYECTOS CARGA:

Tenemos capacidad de asegurar hasta \$100 millones por certificado sin intermediarios ni pérdida de tiempo buscando por una aseguradora con esta capacidad.

▪ ICC PLUS - SÓLO DE ANOVA:

El ICC PLUS creado a la medida por ANOVA ofrece la cobertura de riesgos puerta a puerta más amplia en la industria.

SEGURO DE RESPONSABILIDAD COMPLETO, A UN PRECIO COMPETITIVO

PÓLIZA TIPO A: \$4,000 (límite de la póliza \$300,000)

- **La cobertura incluye:** Hasta \$2.5 Millones en ingresos brutos de carga; Responsabilidad Legal por La Carga; Errores y Omisiones; Multas Aduaneras y Fiscales; Defensa legal.

PÓLIZA TIPO B: \$6,500 (límite de la póliza \$600,000)

- **La cobertura incluye:** Hasta \$5 Millones en ingresos brutos de carga; Responsabilidad Legal por La Carga; Errores y Omisiones; Multas Aduaneras y Fiscales; Defensa legal.

ACCESO A SU CUENTA EN LÍNEA BASADA EN LA NUBE, FÁCIL DE USAR LAS 24/7

- Todos los clientes tienen acceso a nuestro avanzado sistema en línea, en el que se puede generar certificados y pagar facturas 24/7.
 - Aceptamos tarjetas de crédito y PayPal.
 - Abrimos su cuenta rápido y fácil.
 - Empiece tan pronto como hoy! Aplique en línea en www.anovamarine.com/application.
- ¿Preguntas? Sólo tiene que llamar o enviar un correo electrónico a su representante de ANOVA.



Iberoamérica y África: hacia nuevos vínculos

En un contexto mundial de retracción económica, África se presenta como una gran oportunidad para Iberoamérica, con posibilidades de negocios en expansión urbana, suministro de agua y energía, seguridad alimentaria y gestión del suelo, entre otros.

Por Antonio López Crespo

Las relaciones iberoamericanas viven un momento singular. En un entorno mundial conflictivo, los vínculos entre América Latina y España –y en un enfoque más amplio con toda Europa– se muestran como **una excepción y una oportunidad**.

En ese contexto, las actuales relaciones entre Europa y América Latina resultan de enorme trascendencia. Pocas regiones del mundo tienen una historia y una afinidad tan explícita en valores e intereses como las que unen a la Unión Europea (UE) con América Latina. Pese a las recientes dificultades que atraviesan países como Chile, Bolivia o Ecuador, el conjunto de países latinoamericanos avanza –con unas pocas excepciones, como Venezuela– hacia la consolidación democrática, en un marco de defensa del libre comercio, integración y mayores niveles de apertura económica.

Ese clima propicio no solo refleja el momento positivo de esas relaciones, sino que se manifiesta además en la red de países iberoamericanos con la ampliación de los vínculos económicos y comerciales y el incremento de los proyectos de colaboración y cooperación.

Los avances logrados con la firma del **acuerdo de libre comercio UE-Mercosur**, el acuerdo sobre **comercio entre la UE y México** en abril pasado –que forma parte de un acuerdo global UE-México más amplio que se espera sea ratificado antes de fin de año– y el alcanzado



Kigali, Ruanda

en julio entre la UE y la **Alianza del Pacífico**, destinado a incrementar los intercambios en materia de comercio, inversiones y cooperación, muestran el momento singular de las relaciones entre UE y América Latina, lo que implica de manera especial los vínculos con España.

Desde la UE e Iberoamérica se está enviando un claro mensaje a favor de la apertura y el comercio libre y justo, en un momento crucial del desarrollo de la globalización. Europa, como buena parte de las economías del mundo, enfrenta un proceso de recesión que en los países de América Latina se agudiza por los bajos precios de las *commodities*.

Los países de América Latina se encuentran en una etapa de su desarrollo que los convierte en un campo de enormes oportunidades y pueden ser un socio privilegiado en la actual coyuntura, tanto para España como para la UE.

Ello les impone a ambos la necesidad de potenciar su diversificación de exportaciones y mercados y mejorar la productividad y, en el caso particular de los países latinoamericanos, supone realizar además un esfuerzo enorme en la mejora de sus infraestructuras y una urgente e imprescindible inversión en educación, innovación tecnológica y digitalización de sus economías.

La inversión de los países de la UE en América Latina es significativa y en los últimos años ha empezado a desarrollarse de la mano de las llamadas “multilatina” también el camino inverso.

El rol de España en el resto de Iberoamérica

El resto de Iberoamérica ha sido siempre una prioridad para España por sus lazos históricos y de todo tipo. Además, España es, en la actualidad, uno de los principales inversores en América Latina. Sus empresas tienen una presencia destacada en sectores clave para el desarrollo y la modernización regional.

En ese marco, el rol de España ha resultado fundamental y estratégico para que la UE tenga en la actualidad cerrados acuerdos de libre comercio con 30 de los 33 países de América Latina y el Caribe, incluyendo el Mercosur.

Los países de América Latina se encuentran en una etapa de su desarro-

FOTO: JENNIFER SOPHIE/ISTOCKPHOTO.COM

llo que los convierte en un campo de enormes oportunidades y pueden ser un socio privilegiado en la actual coyuntura, tanto para España como para la UE. Así lo ha entendido Bruselas al acelerar las negociaciones con el Mercosur y levantar muchas de las trabas que habían frenado durante años las negociaciones.

La relación preferente que España y la región mantienen puede cuantificarse en cifras duras. España es uno de los dos principales inversores en América Latina. Tiene en la región un *stock* de unos **150.000 millones de euros**, lo que representa casi un tercio de la inversión agregada de España en el mundo. El volumen de inversión de América Latina en España también empieza a ser significativo, rondando los **50.000 millones de euros**. Los aportes de España hacia la región son importantes: las contribuciones fiscales de las empresas en América Latina superan los **40.000 millones de euros anuales**.

En este estado de situación, España plantea un fortalecimiento de sus vínculos con el resto de Iberoamérica, buscando consolidar sus relaciones políticas, comerciales y de inversión. Y lo hace estimulando nuevos negocios centrados en la economía del conocimiento, la transferencia tecnológica, la investigación científica de avanzada y la sustentabilidad ambiental.

Partidarios de la globalización y las decisiones multipolares, los miembros de la UE y buena parte de los países iberoamericanos han comprendido los peligros del proteccionismo y se plantean abrir nuevos mercados, diversificar sus exportaciones y tratar de reducir o prescindir de sus “viejos” –y ahora inestables– vínculos con EE UU.

África en el horizonte

En ese contexto aparece en el horizonte un nuevo actor: el enorme mercado potencial africano. En julio pasado, entró en vigor el **Tratado de Libre Comercio Africano (AfCFTA, por su sigla en inglés)**, que establece una gigantesca zona de libre comercio en el continente, creando el mayor espacio de apertura

comercial del planeta, involucrando a **1.200 millones de personas de 55 países**, con un PIB combinado de **3,4 billones de dólares**.

África finalmente logró lo que constituye un hecho histórico para el desarrollo del continente. El acuerdo es considerado esencial para su expansión económica y no solo permitirá incrementar el comercio intra-continental, sino que facilitará y estabilizará las relaciones entre sus miembros, uno de los problemas que ralentizaron las posibilidades de un continente de enormes recursos.

En una primera fase del AfCFTA, se eliminarán los aranceles al 90% de los productos de cada país. Esto permitirá impulsar el comercio al interior de África, lo que representa uno de los grandes desafíos pendientes del continente. Según datos de la Unión Africana (UA), el comercio intra-continental representa sólo un 16% del total, en comparación con el 19% en América Latina, el 51% en Asia y más del 60% en Europa. El acuerdo podría elevar esos números hasta superar el 50%, según estimaciones de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para África.

Para la nueva organización africana, la eliminación progresiva de los derechos de aduana entre los miembros de la zona de libre comercio favorecerá las operaciones comerciales interafricanas y permitirá a sus países alcanzar el

gran objetivo africano: liberarse de un sistema económico basado principalmente en la explotación de las materias primas.

Sus impulsores estiman que contribuirá a la diversificación de las economías africanas y la industrialización del continente, además de ofrecer una plataforma única para negociar mejores acuerdos comerciales con el exterior. Para el político y diplomático chadiano Musa Faki Mahamat, este acuerdo “marca una nueva etapa en nuestro camino hacia una mayor integración, con más unidad”.

Desde 2000, el PIB africano se triplicó y aumenta a un ritmo de 4,6% al año. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) **África es, después de Asia, la segunda economía de crecimiento más rápido**. Para el Banco Africano de Desarrollo (BAfD) se espera que el 40% de los países del continente crezca este año en torno al 4,5%, mientras su población en edad laboral pasará de 705 millones (2018) a casi 1.000 millones (2030).

Los organismos internacionales no dejan de destacar el enorme potencial del continente: **gran población, desarrollo de ciudades y mercados, crecimiento de sus clases medias y de su nivel educativo y abundancia de recursos naturales**.

Países como Ruanda, Kenia, Burundi o Costa de Marfil escalan posiciones en el ranking Doing Business del Banco Mundial, mientras que en la región subsahariana el crecimiento se mantendrá pese al contexto internacional poco favorable.

Lo cierto es que **África se presenta como un continente en auge y una enorme oportunidad para el comercio, la inversión y la cooperación iberoamericana**. Es sin duda, **el continente del futuro**. En 12 años, ha duplicado su PIB, con un crecimiento previsto de un 4% para 2019 pero habiendo tenido tasas récord de crecimiento antes del actual freno de la economía mundial. La mitad de los países con crecimiento económico este año serán africanos.

Con sus 1.200 millones de habitantes y más de 350 millones de ellos en las cla-

África se presenta como un continente en auge y una enorme oportunidad para el comercio, la inversión y la cooperación iberoamericana. Es sin duda, el continente del futuro. En 12 años, ha duplicado su PIB.

ses medias, África ya constituye un nuevo y enorme mercado. El consumo privado ha crecido al 4,2% en los últimos cinco años, por encima del crecimiento de la propia economía africana. Más de 400 empresas del continente tienen una facturación de más 1.000 millones de dólares al año.

China ha tenido mucho que ver en el notable “salto” de África de los últimos años. Desde principios del siglo XXI, China se convirtió en la más importante fuente de financiación para el desarrollo africano. Acuciada por sus propias necesidades alimentarias, energéticas y de minerales, China desarrolló una intensa cooperación con los gobiernos africanos que incluyó una fuerte política de asistencia para el desarrollo. Importantes obras de infraestructura más escuelas rurales, hospitales, centros de tecnología agraria, entre otros, fueron el resultado de esa cooperación, hasta hacer del país asiático un socio primordial. Entre 1998 y 2006, las exportaciones del continente africano hacia China aumentaron un 2.126%. Esta impresionante cifra deja muy atrás a los intercambios que África tuvo con EE UU (que se multiplicaron por cuatro) y con Europa (por dos) en ese mismo período.

China es el mayor socio comercial de África desde 2009, año en que desplazó a EE UU. El volumen comercial se estima por encima de los 170.000 millones de dólares. Pero el compromiso chino pone el acento en las necesidades estructurales de África. Construcción, carreteras, ferrocarriles, aeropuertos y puertos han sido los sectores prioritarios de los préstamos del Banco de Exportación e Importación de China. Las infraestructuras del continente se habían desplomado tras décadas de abandono occidental y destrucción por conflictos internos.

Según el BAFD, el campo de oportunidades de inversión para construir o reconstruir infraestructuras de electricidad, agua, carreteras y TICs es del orden de los 360.000 millones de dólares en infraestructuras para el 2040. China ha demostrado su interés en África. También lo manifiestan, de manera



Carretera en Ciudad del Cabo, Sudáfrica

creciente, India y Japón. Los países de Iberoamérica tienen allí una extraordinaria oportunidad de inversiones y cooperación, para lo cual deben articular estrategias en aquellas áreas en las que son competidores netos, para evitar que los intereses contrapuestos opaquen esas posibilidades.

Según las previsiones de los organismos internacionales y de la UA, en 30 años África tendrá un 80% de población urbana y tres de las 10 megalópolis más pobladas del mundo. Por tanto, hay campos notables para los negocios conjuntos vinculados a la expansión urbana, el mejoramiento de los sistemas de transporte urbano, el suministro de agua y energía, la seguridad alimenta-

ria, la gestión del suelo, y las maquinarias agrícolas, entre otros.

Los mejores niveles educativos de una población joven (la más joven del planeta) y conectada con el mundo a través de la telefonía móvil, sumados a notables avances de la gobernanza democrática en muchos de sus países, constituyen las bases del actual auge africano. Queda pendiente repetir la lección china de un crecimiento inclusivo que consolide el desarrollo interno y el aumento del PIB per cápita.

Algunos estudios revelan una creciente tendencia de las inversiones chinas a financiar la deslocalización de sus industrias hacia África, lo que posibilita —como sucediera en el desarrollo chino— el proceso de industrialización y transferencia de tecnología y la consiguiente reducción de la pobreza. Como señala Irene Yuan Sun, investigadora de McKinsey & Co, en su libro *The Next Factory of the World: How Chinese Investment Is Reshaping Africa*: “Como lo fue China en el pasado, pronto África será la fábrica del mundo”.

Si “África es la China del futuro”, sus puertas de entrada en el norte son Egipto, Marruecos y Túnez y, en el sur, Sudáfrica. Según los expertos, los motivos son claros: el desarrollo institucional, instituciones similares, experiencia de manejo de capital internacional y la facilitación de llegar desde allí con sus

Como señala Irene Yuan Sun, investigadora de McKinsey & Co, en su libro *The Next Factory of the World: How Chinese Investment Is Reshaping Africa*: “Como lo fue China en el pasado, pronto África será la fábrica del mundo”.

productos a otros países del continente, a través de *retailers*. Cabría agregar que Nigeria y Angola (dos de las grandes economías subsaharianas, con mucha capacidad económica y gran actividad agrícola) se abren como opciones para el África Central del lado del Atlántico, y Etiopía y Djibuti en el Cuerno de África.

Sectores de mayor potencial de negocios para las empresas iberoamericanas

Según Informes del BAfD (*Perspectivas Económicas de África*) en los próximos años el continente presenta desafíos que, en buena medida, contribuyen a definir los **sectores de mayor potencial de negocios** desde la perspectiva de las empresas iberoamericanas.

El primer desafío proviene del aumento de la población africana, que se triplicará hacia 2050. Esto confirma la creciente demanda de alimentos que hoy ya importa en volúmenes extraordinarios, pero que los gobiernos africanos están empeñados en compensar con el comercio intra-regional y el desarrollo y modernización de las economías locales.

Por tanto, **aparecen oportunidades tanto en la provisión de alimentos, en especial procesados** (comidas congeladas, alimentos enlatados, carnes congeladas o procesadas, quesos, galletas, dulces, vinos, lácteos), ya que los que África consume actualmente provienen básicamente de EE UU y Europa, con mayores costes. A la vez, surgen **posibilidades de cooperación y alianzas estratégicas en materia de transferencia de tecnología agrícola y producción de alimentos**, sobre todo para empresas de países como Argentina y Brasil, de vasta experiencia en producción de alimentos de estándares internacionales y de alto desarrollo en maquinaria agrícola, tecnologías de monitoreo de siembra, economía del agua y conservación del suelo.

Uno de los temas principales discutidos en UA ha sido la seguridad alimentaria, dado que el hambre es una de las preocupaciones acuciantes del continente, que busca realizar las transformaciones necesarias en capacidades que per-

mitan un aprovechamiento mayor de sus recursos.

En el frente agrícola, se pone énfasis en la expansión de la producción alimentaria y la facilitación del intercambio comercial dentro de África, con el fin de limitar la importación de alimentos. Es que, según una comisión económica de la ONU, **África importa en total alrededor de un 80% de los alimentos que consume**, algunos de consumo básico como el maíz, el trigo, el arroz, la soja o la leche. Gran parte de estos alimentos importados proviene de la UE, donde las subvenciones permiten a los agricultores lograr unos precios que, sin ello, no cubrirían los costes de producción. En total, la UE ingresa unos 20.000 millones de dólares por la venta de alimentos a África, entre ellos cereales, leche en polvo y aceite vegetal.

Pese a que África alberga alrededor del 60% de las tierras no cultivadas del mundo, lo que la convierte en una región clave para la seguridad alimentaria del planeta, su aprovechamiento actual es exiguu: Djibouti tiene un 0,1% de su tierra cultivable en explotación, Botsuana un 0,5%, Namibia un 1%, Sudán del Sur un 1%, Gabón un 1,3%, Congo un 1,6%, República Democrática del Congo un 3%, Guinea Ecuatorial un 4,3% y el resto no llega al 10%. En contraposición, Ruanda, con un 47,9%, Malawi con 40%, Uganda con 34,4%,

Burkina Faso con 22,7%, Sierra Leona con 22%, Ghana con 20% y Etiopía con 15%, son los de mayor aprovechamiento de tierras cultivables (Banco Mundial).

Según datos de la FAO, solo un promedio de 8,5% de las tierras en África están cultivadas y el 5,4% irrigadas. Ello ha motivado que grandes extensiones del territorio africano estén siendo compradas por países asiáticos como China, Corea del Sur, Qatar o Emiratos Árabes. Otras están siendo arrendadas sin control sobre su fertilidad futura, lo que es más riesgoso, sobre todo teniendo en cuenta que cerca de 65% de las tierras cultivables de África están demasiado dañadas como para producir alimentos de manera viable, bajo la triple amenaza de degradación de la tierra, bajo rendimiento y crecimiento demográfico.

Un sector afín es el del **almacenaje agrícola**, tanto permanente como temporario (Argentina es líder en embolsado de granos seco o sistema de silo bolsa). Este, junto con el de **maquinaria agrícola**, en el que España y los socios principales del Mercosur poseen un paquete tecnológico experimentado y exitoso, abren un campo de oportunidades para realizar alianzas estratégicas –comerciales y técnicas– con productores e instituciones africanas.

Las oportunidades para Iberoamérica son enormes. Según la ONU, **África genera apenas el 10% de toda la producción agrícola global, a pesar de que posee un 25% de toda la tierra cultivable**. El continente importa alimentos en un volumen extraordinario: 35.000 millones de dólares (2017). Sus 10 principales proveedores son: Brasil, Francia, India, EE UU, Tailandia, Argentina, Ucrania, Holanda, Rusia y China.

Como puede observarse, salvo dos gigantes de la alimentación mundial, como Brasil y Argentina, ningún otro país de Iberoamérica está en ese *ranking*. Y es llamativa la ausencia de España. En los últimos años, el interés español sólo se ha centrado en los países del norte de África, donde su presencia es significativa. En el *ranking* de los 20 primeros países receptores de exportaciones españolas solo figuran Marruecos (noveno)

África importa en total alrededor de un 80% de los alimentos que consume, algunos de consumo básico como el maíz, el trigo, el arroz, la soja o la leche. Gran parte de estos alimentos importados proviene de la UE, donde las subvenciones permiten a los agricultores lograr unos precios que, sin ello, no cubrirían los costes de producción. En total, **la UE ingresa unos 20.000 millones de dólares** por la venta de alimentos a África, entre ellos cereales, leche en polvo y aceite vegetal.



y Argelia (14°) y en los 50 primeros solo hay cinco países africanos.

Otro ámbito propicio para la cooperación iberoamericana en África proviene del alto desarrollo, tanto en España, como en Argentina o Brasil, de las **tecnologías de gestión del suelo, producción de maquinaria e instrumental agrícola y calidad del proceso alimentario**. El sector de agroalimentos se destaca como el de mayor potencial por dos motivos: en primer lugar, la existencia de muchos países de bajo desarrollo y poder adquisitivo, donde la prioridad son los alimentos y, en segundo lugar, una geografía bastante parecida a la de Brasil y Argentina, fácilmente adaptable a las técnicas agrícolas de siembra directa, agricultura de precisión, modificación genética, entre otras.

África es la última frontera agrícola por extender. Hay millones de hectáreas productivas en las cuales casi no se usa tecnología y es inexorable que la industria agrícola se desarrolle, y velozmente. Así lo entendió la empresa sudamericana **Pergamino Rizobacter**, instalada ya en Sudáfrica, Kenia y Nigeria, que comercializa inoculantes, biofertilizantes y coadyuvantes que fabrica desde Argentina y vende a través de sus distribuidores en Mozambique, Botsuana, Zambia, Uganda, Tanzania, Ruanda y Sierra Leona.

Construir alianzas ganar-ganar

Pero no debe de omitirse que, en varios de los sectores mencionados, **los grandes productores de alimentos de América Latina son competidores frente a la producción española**, por lo que las posibilidades de cooperación deberán construirse alrededor de **alianzas estratégicas, transferencia de tecnología agrícola y calidad alimentaria**, que potencien los intereses comunes y alejen la colisión.

Por otra parte, ese camino difiere enormemente según el país africano del que se trate. Los países de economías más limitadas del África subsahariana contrastan en sus objetivos con los que tienen las grandes naciones de la región. **Nigeria** es un ejemplo de ello: ha tra-

zando una fuerte estrategia de desarrollo agrícola con importantes incentivos para las inversiones agroindustriales. Y está recibiendo inversiones en granjas integrales (productoras de maíz, soja y cerdos) con el objetivo de convertirse en el mayor exportador agrícola hacia el interior del continente. El país posee más de 80 millones de hectáreas de tierra cultivable, lo que representa una cuarta parte de toda la tierra cultivable de oeste africano, y su sector agrícola representa el 47% del producto interno bruto y es responsable de 10% de sus ingresos de exportación.

El análisis de los **vínculos de España con la región de África del oeste** permite visualizar con precisión las oportunidades y dificultades para articular una cooperación estrecha de los países de Iberoamérica en su “desembarco africano”. Las exportaciones españolas al área subsahariana solo significaron un 6,1% del total de las exportaciones españolas pero un 75,6% de las exportaciones a África en su conjunto, mientras que las importaciones significaron solo un 4,5% del total de las importaciones hacia España, pero un 56,1% de las importaciones totales desde el continente africano en su conjunto, por el gran peso de los suministros energéticos que España compra en Nigeria y Angola.

Nigeria es el mayor proveedor de España en la región, debido a sus vo-

luminosas compras de gas y petróleo, que representan más del 95% del valor de las importaciones españolas desde Nigeria. Pero es el segundo destino de las exportaciones españolas, detrás de Senegal. Cinco países concentran más del 70% de las exportaciones de esa región. Nigeria vende gas y petróleo a España, pero también pieles y curtidos, cacao, productos semielaborados de cobre y caucho y sus manufacturas, productos que también integran la oferta latinoamericana.

En **Mauritania**, casi todos los rubros que ese país compra en España coinciden con productos que vende América Latina (leche, productos lácteos y huevos, cereales, aceites, papel, cartón y sus manufacturas, entre otros). Lo mismo sucede con **Costa de Marfil**, donde España compra cacao, combustibles, caucho y sus manufacturas, frutas y café, té e infusiones, todos productos que sus socios iberoamericanos producen.

Una situación similar se produce con la mayoría de los países del continente, en tanto comparemos importaciones de España provenientes de África y las que proceden de América Latina y en tanto España y los países de América Latina sean analizados como proveedores de alimentos hacia el continente africano. Es por tanto allí donde los **intereses encontrados** pueden ser mayores.

Para ejemplificarlo, podemos citar el caso de **San Miguel-Fruta Fresca**, una empresa fruti-hortícola argentina, instalada en Sudáfrica desde 2010, que apostó a aprovechar las oportunidades del continente con una producción en sociedad con locales, llevando el *know-how* para su puesta en producción. Hoy cuenta con 1.100 hectáreas en ese país, donde cosechan limones, mandarinas y naranjas, que exportan a 64 puertos del mundo. A ello agregaron una fábrica de jugos en la que procesan 80.000 toneladas de fruta al año, con una facturación en torno a los 100 millones de dólares entre fruta fresca y jugos.

Un segundo desafío surge de las necesidades africanas de ampliar sus infraestructuras básicas. Esto también revela otro sector de oportunidades, como

Exportaciones España - África del Oeste			
2018	Millones de euros	%	
Senegal	287	18,06	71,81 %
Nigeria	283	17,81	
Costa de Marfil	220	13,85	
Guinea Ecuatorial	177	11,14	
Ghana	174	10,95	
Mauritania	150	9,44	
Cabo Verde	67	4,22	
Guinea Conakry	74	4,66	
Burkina Faso	49	3,08	

lo han entendido numerosas empresas brasileñas que ya operan en el continente, tanto en la construcción de grandes obras públicas como de viviendas, hoteles y provisión de insumos. **África es el continente que más rápido se urbaniza: en los próximos 10 años, se estima que 187 millones de africanos se mudarán a las ciudades y se integrarán en la creciente clase media africana.** En el contexto de un incremento sostenido de los flujos de inversión externa y del mercado inter-africano, donde las empresas sudfricanas son líderes en inversión en el continente, también se abren excelentes oportunidades de *joint ventures*.

Las posibilidades de cooperación se acrecientan en campos como la **expansión y el desarrollo de infraestructuras urbanas** (construcción de viviendas, centros comerciales, entre otras), el mejoramiento de los sistemas de transporte urbano, carreteras o en la red de suministro de agua y energía.

Como señala **Jorge Simón, director del área de Comercio Exterior de la Asociación de Empresas del Metal de Madrid (AECIM)**: “El principal reto de África para sentar las bases del crecimiento es el déficit de infraestructuras y equipamiento”.

Costa de Marfil constituye en este sector una especial oportunidad: no solo es de los 10 países de mayor crecimiento del mundo, sino que está en pleno auge de la construcción (privada residencial y pública). El *boom* de la construcción, concentrada principalmente en **Abidjan**, centro económico y segunda ciudad más poblada de África occidental después de Lagos, que significa un 25% de la población del país, el 50% de su PIB y el 80% de la actividad económica, es acompañado por una fuerte importación de maquinaria, materiales y servicios.

Ese fenómeno ha sido impulsado por el plan gubernamental “Acciones Prioritarias 2017-2020” para la construcción de 150.000 viviendas sociales hasta 2020, que incluyó beneficios en el pago de derechos de arancel a la maquinaria y materiales importados por constructores autorizados y que incluye la construc-

ción de un parque ferial, palacio de congresos, hoteles de negocios y turísticos y un proyecto de ciudad aeroportuaria.

Un tercer desafío surge de los niveles de desarrollo humano. Si bien estos se han incrementado en África desde el año 2000, con 17 de los 52 países alcanzando niveles de desarrollo medios o altos, **los índices de pobreza siguen siendo muy agudos y con progresos muy desiguales en salud, educación y nivel de ingreso.** Tanto en salud como en educación —especialmente en educación superior y servicios de capacitación— existen significativas oportunidades.

El desafío educativo que enfrenta África, tanto en la formación superior de técnicos y profesionales que le permitan atender la demanda de su desarrollo actual, como en el fortalecimiento de los niveles de formación básica en algunos países con mayores demandas de ese tipo, representan un campo propicio para la cooperación iberoamericana. Un ejemplo es el *joint venture* **alcanzado por Positivo BGH**, entre la brasileña Positivo y la argentina BGH, que en 2014 se instaló en Kigali, capital de Ruanda, para producir computadoras destinadas a programas educativos por encargo del gobierno de ese país. Hoy opera también en Kenia para desarrollar un proyecto similar con una universidad local y en el resto del continente, produce desde computadoras y *tablets*

hasta medidores inteligentes de energía.

España posee una fuerte experiencia de inversiones, sobre todo en el Magreb. Solo en Marruecos hay actualmente unas 1.000 compañías españolas presentes. Es el principal destino de las inversiones españolas en África, con un total acumulado de 4.500 millones de euros. Por ejemplo, en el ámbito del conocimiento y la tecnología de avanzada, **Minsait**, una compañía del grupo Indra, tendrá a su cargo la implantación en Casablanca de una “ciudad inteligente” que servirá de modelo para la modernización urbana de todo Marruecos. **Grifols**, uno de los tres principales fabricantes de medicamentos plasmáticos del mundo, desarrollará, construirá y automatizará el equipamiento principal de una nueva línea de soluciones intravenosas para la marroquí Soludía Maghreb, lo que constituye el primer proyecto industrial de Grifols en el continente africano. Y **Gamesa** construirá un proyecto eólico de 250 MW en Egipto, que busca avanzar en energías renovables.

La mirada que falta

Muchos empresarios iberoamericanos siguen creyendo, erróneamente, que los mercados del África, sobre todo subsahariana, solo refieren a países pobres con riesgos geopolíticos. Ignoran dos cosas: la enorme diversidad de países que integran la región y las extraordinarias oportunidades que ofrecen. **Pese a cierta mejoría en el conocimiento de lo que está sucediendo en el continente africano, todavía hay un sustantivo gap entre la percepción empresarial general y la realidad.**

Como la presencia de España en el norte de África ya es bastante sólida, el **III Plan África** del gobierno español apunta a cinco países subsaharianos como mercados prioritarios por su peso político, potencial económico y situación geográfica: **Sudáfrica, Nigeria, Etiopía, Angola y Senegal**. Además, destaca un especial interés por un grupo de países con grandes oportunidades, como **Ghana, Costa de Marfil, Kenia, Tanzania y Mozambique**. Iberoamérica debería en conjunto hacerlo suyo. ●

Importaciones España - África del Oeste

2018	Millones de euros	%	
Nigeria	4.386	70,86	70,86 %
Costa de Marfil	353	5,70	
Guinea Ecuatorial	414	6,69	
Mauritania	268	4,33	
Ghana	344	5,56	
Guinea Conakry	143	2,31	
Senegal	141	2,28	
Cabo Verde	67	1,08	
Burkina Faso	74	1,20	

El Acuerdo UE-Mercosur en el espejo

Por Antonio López Crespo

- ▶ **Introducción**
- ▶ **El significado estratégico del Acuerdo**
- ▶ **La influencia del contexto internacional**
- ▶ **Ganadores y perdedores**
- ▶ **Piedras en el camino**
- ▶ **Aspectos técnicos del Acuerdo**
- ▶ **Conclusiones**
- ▶ **El ejemplo de Perú**
- ▶ **Asimetrías y atrasos**





El Acuerdo UE-Mercosur en el espejo

El tratado, aún sin ratificar, es de trascendencia histórica para ambos bloques y ofrece grandes oportunidades comerciales, a pesar de las voces que se alzan en su contra.

Por Antonio López Crespo

Fue en Bruselas: tras 20 años de negociaciones y una treintena de complejas rondas buscando entendimientos, el 28 de junio pasado se cerró el Acuerdo de Asociación Estratégica UE-Mercosur. El hecho constituye el basamento de uno de los tratados más grandes que se han conformado a nivel internacional: explica un 35% de las exportaciones mundiales y vincula la actividad económica y comercial de unos 800 millones de habitantes del planeta.

El acuerdo tiene una trascendencia histórica para ambos bloques y para el comercio internacional global, en tanto expresa una gran voluntad política de trabajo conjunto y a favor del libre comercio, en un contexto de crecientes tensiones y sanciones arancelarias y dispara enormes perspectivas.

Pero, si alcanzar esta instancia no fue fácil, lo que queda por venir será todavía más difícil de construir.

Para la UE se abre un mercado decididamente en expansión, en un horizonte donde el nacional-populismo de Donald Trump y sus acólitos británicos parece estrechar los negocios en el ámbito de una debilitada Alianza Transatlántica. Para el Mercosur, las condiciones de acceso al consumo europeo mejoran notablemente y se reducen los costos arancelarios para acceder a insumos imprescindibles para su producción. Pero, aun si las oportunidades son enormes, también aparecen descomunales desafíos políticos y económicos.



Mauricio Macri, Jean-Claude Juncker, Jair Bolsonaro y Emmanuel Macron en la conferencia de prensa sobre el acuerdo comercial UE-Mercosur en Osaka, Japón

El significado estratégico del Acuerdo

Como es habitual, el entonces presidente de la Comisión Europea, **Jean-Claude Juncker**, fue quien definió con mayor acierto la relevancia estratégica del Acuerdo: “Mido cuidadosamente mis palabras cuando digo que **este es un momento histórico**. En medio de las tensiones del comercio internacional, **hoy enviamos una señal firme a nuestros socios de Mercosur de que defendemos el comercio basado en reglas**. A través de este pacto comercial, los países del Mercosur han decidido abrir sus mercados a la UE. Esto es obviamente una gran noticia para las empresas, los trabajadores y la economía en ambos lados del Atlántico, ahorrando más de 4.000 millones de euros en impuestos por año. Esto lo convierte en **el mayor acuerdo comercial que la UE haya celebrado**. Gracias al trabajo duro y paciente de nuestros negociadores, esto se combina con resultados positivos para el medio ambiente y los consumidores. Y eso es lo que hace que este acuerdo sea **un negocio en el que todos ganan**”.

La firma del Acuerdo de Asociación Estratégica UE-Mercosur tiene varias resonancias de peso en esa dirección:

1. Pone el acento en que el comercio exterior es, en un mundo globalizado, la **única alternativa sustentable para el desarrollo y la prosperidad** de las naciones.

2. Configura una de las zonas de comercio con aranceles reducidos más grandes del mundo y muestra que la integración comercial de las cadenas de valor es un hecho histórico consolidado, pese a los embates del nacionalismo trasnochado de Trump, que Steve Bannon pretende exportar a Europa, junto a su “movimientismo” de sesgo fascista y sus “misas en latín”.

3. Crea un mercado integrado de casi 800 millones de consumidores y rebaja aranceles por unos 4.000 millones de euros solo para los exportadores europeos, lo que implica el mayor acuerdo firmado por la UE hasta la fecha. Equivale hoy a una cuarta parte del PIB mundial y abre la puerta a un comercio de bienes y servicios superior a los 100.000 millones de dólares.

4. Para el Mercosur, la firma del Acuerdo permitiría **incrementar el PIB de sus países miembros** (Argentina en un 0,5%; Brasil en 1,5%; Uruguay en 2,1% y Paraguay en un 10%). Fuera de la verificación de estas estimaciones en la realidad, lo indudable es que permitirá incrementar la producción y generar ganancias netas en ambos bloques.

5. **Permite a ambas regiones fortalecer su posición** en un momento global de reconfiguraciones de las alianzas que caracterizaron las últimas décadas y en un contexto de “guerras comerciales” que están cercenando la actividad económica a nivel mundial.

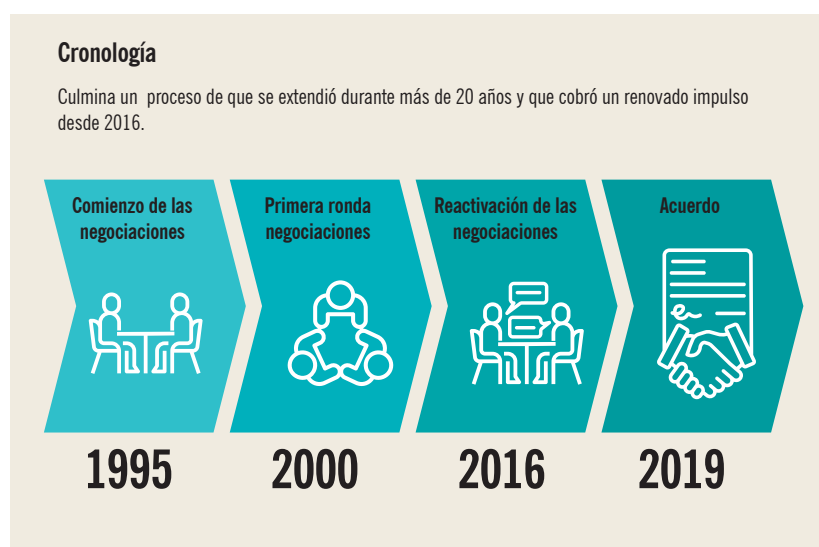
6. El Acuerdo con la UE **cambia la esencia del Mercosur**, que se concibió hace 30 años como acuerdo de integración económica regional y que consiguió potenciar la relación entre Brasil y Argentina, pero pospuso su relación con otros mercados. Hoy, el Mercosur significa para Argentina el 23% de sus exportaciones y el 27% de sus importaciones y, en especial, explica casi la mitad del total de las exportaciones industriales tradicionales.

El Mercosur solo genera un comercio intrazona equivalente al 20% de todo el comercio internacional de sus miembros. El pacto con la UE genera un complemento crítico para mejorar la inserción internacional del bloque y romper con el modelo de integración endocéntrico que, en buena parte, ha resultado fallido.

El Acuerdo podría incrementar de manera significativa las relaciones económicas birregionales, que hasta ahora, se han desenvuelto visiblemente por debajo de sus posibilidades, en especial en cuanto al intercambio comercial. Es allí donde se abren las mayores oportunidades de expansión, ya que, en materia de inversiones, la relación ha sido más fructífera. De hecho, **la UE es el mayor inversor en el Mercosur, con un stock de 381.000 millones de euros**. A la inversa, **el stock de inversión de Mercosur en la UE es de 52.000 millones de euros**, lo que también es un monto significativo para el bloque sudamericano.

Pero es en el ámbito comercial donde se esperan los resultados más ambiciosos. En la actualidad, las exportaciones de bienes de la UE a Mercosur alcanzan los 45.000 millones de euros y las de servicios de 23.000 millones de euros (2018), lo que coloca a los países del bloque comunitario como el segundo socio comercial del Mercosur, detrás de China.

Para Europa, el Mercosur es el segundo mayor socio comercial en bienes y representó el 20,1% del comercio total del bloque en 2018. Las mayores exportaciones de Mercosur a la UE en ese año provinieron de productos agríco-



las, como alimentos, bebidas y tabaco (20,5%), productos vegetales como la soja y el café (16,3%) y carnes y otros productos animales (6,1%), mientras las exportaciones de la UE a Mercosur tienen otro perfil: incluyen maquinaria (28,6%), equipos de transporte (13,3%), productos químicos y productos farmacéuticos (23,6%).

A partir de la ratificación del Acuerdo por los países de ambos bloques y su efectiva puesta en marcha, **las empresas europeas estarán en condiciones de vender sus productos industriales en un mercado hasta hoy muy protegido, con aranceles del orden del 35% (automóviles, textiles y calzado), del 28% (lácteos que ahora serán administrados por cuotas), del 20 al 35% en gaseosas,**

A partir de la ratificación del Acuerdo por los países de ambos bloques y su efectiva puesta en marcha, **las empresas europeas** estarán en condiciones de vender sus productos industriales en un mercado hasta hoy muy protegido, con **aranceles del orden del 35% (automóviles, textiles y calzado), del 28% (lácteos que ahora serán administrados por cuotas), del 20 al 35% en gaseosas, del 27% en vinos, del 20% (chocolates) y entre el 14 y el 18% en otros sectores** (auto-partes, maquinaria, productos farmacéuticos y productos químicos).

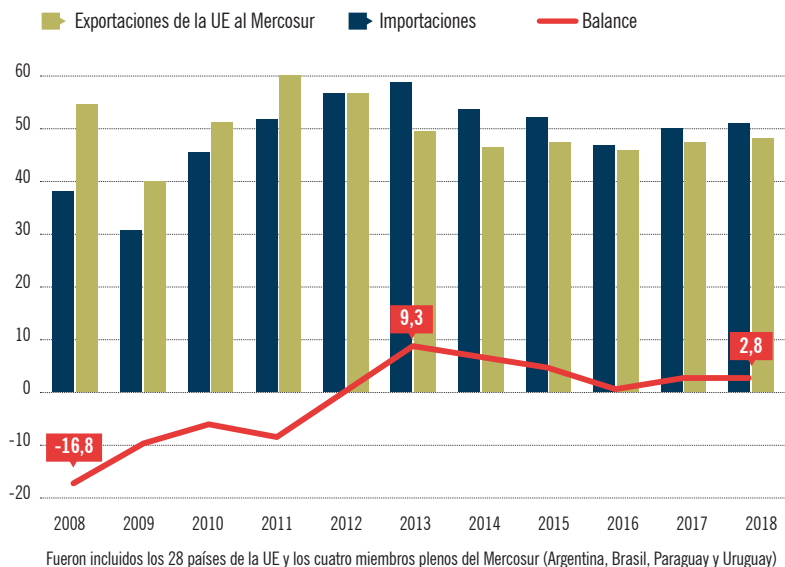
del 27% en vinos, del 20% (chocolates) y entre el 14 y el 18% en otros sectores (auto-partes, maquinaria, productos farmacéuticos y productos químicos).

Ello implica una carta de presión de los líderes europeos a los reclamos de los sectores comunitarios que rechazan el acuerdo, ya que muchos productos de la UE podrán entrar en los países de Mercosur con claras ventajas sobre competidores directos como EE UU o Japón. Otro factor favorable a los intereses europeos está relacionado al mayor y más fácil acceso al enorme mercado de compras públicas provenientes de los gobiernos del bloque sudamericano y también a sus sectores de servicios (tecnologías de la información, telecomunicaciones y transportes, entre otros). A ello se contraponen un enorme poder de *lobby* para contrarrestar a quienes en la UE –como el sector agrícola– no quieren que el Acuerdo se concrete.

Desde el Mercosur también las adhesiones y rechazos se producen de acuerdo a cada sector involucrado. Para Luis Miguel Etchevehere, secretario de Agroindustria de Argentina, el acuerdo tendrá un impacto positivo en su sector, en tanto significa la apertura paulatina del mercado europeo, de alta demanda y buenos precios: “Eso significa futuro para la actividad y generará inversiones”.

A cuánto asciende el comercio entre la Unión Europea y el Mercosur

Valor del comercio exterior de la Unión Europea con el Mercosur (en miles de millones de dólares)



Fuente: Eurostat vía Comisión Europea

La influencia del contexto internacional

La enmarañada madeja de intereses contrapuestos implica a sectores que, a ambos lados del Atlántico, fueron los responsables de 20 años de agotadoras negociaciones casi siempre frustradas y ahora temen por las consecuencias del acuerdo alcanzado.

La razón por la que, de pronto, en pleno 2019, pudo lograrse finalmente un compromiso —que aún tiene un difícil camino en los respectivos parlamentos de los países que integran ambos bloques— tiene mucho que ver con el contexto internacional que atravesamos.

Los permanentes dislates del presidente Trump, su incompreensión del irreversible proceso globalizador desde un exacerbado nacionalismo finisecular, su apelación a los aranceles punitivos como parte de una “guerra comercial” hacia todos los frentes, sus amenazas al multilateralismo y su manifiesta voluntad de “pulverizar” el rol de la OMC son algunos de los factores que han determinado a la UE y al Mercosur a acelerar sus pasos y firmar de urgencia este tratado.

La UE tiene claro que los planteos reiterados de Trump, que implican considerar a Europa como rival o enemigo —lo que quedó claro en los encuentros OTAN, en el ultimátum para que Europa cambie el rumbo de su incipiente política de defensa y se mantenga estrechamente vinculada a los intereses de Washington, en sus diatribas contra Alemania y en los aranceles del pasado octubre— han llevado a Bruselas a plantearse el futuro de la alianza transatlántica.

Como señaló el ministro francés **Bruno Le Maire**, Bruselas debe enfrentar los hechos, terminar con el “vasallaje estadounidense sobre Europa” y cuestionar la fiabilidad de EE UU como socio estratégico.

Desde la perspectiva del Mercosur, la urgencia ha sido similar, pero por otros motivos. Tres de sus socios (Argentina, Brasil y Paraguay) tuvieron, en los últimos años, cambios de gobierno con posturas más proclives a la globalización y al libre comercio, que al proteccionismo cerrado de las administraciones Kirchner, Lula-Rousseff, Lugo o Mujica, todos favorables a cerrar filas

con los planteos continentales de Chávez, Correa, Evo Morales o la dirigencia cubana. Pero, contrariamente a la posición de los países de la Alianza del Pacífico, la adhesión popular a la apertura económica es todavía claudicante al interior del Mercosur.

El triunfo electoral en octubre del populismo kirchnerista en Argentina y las posiciones ultranacionalistas de Jair Bolsonaro y sus cuestionamientos al Acuerdo Climático de París ponen de manifiesto lo poco indeleble de la tinta con la que se ha firmado el actual Acuerdo.

De hecho, durante la campaña electoral argentina, el entonces candidato **Alberto Fernández** había manifestado: “No queda claro cuáles serían los beneficios concretos para nuestro país. Pero sí queda claro cuáles serían los perjuicios para nuestra industria y el trabajo argentino. Un acuerdo así no genera nada para festejar sino muchos motivos para preocuparnos”. Su adlátere **Axel Kicillof**, elegido como gobernador de Buenos Aires, la principal provincia argentina, y ex ministro de Cristina Kirchner, fue más lejos y calificó al Acuerdo como “una tragedia”.

Aunque todavía lo firmado se encuentra en etapa de revisión legal y quedan pendientes algunas negociaciones sobre plazos para la desaparición de ciertas barreras arancelarias y para-arancelarias y sobre cómo resolver el futuro de algunos sectores sensibles, lo indudable es que este acuerdo será revisado y nuevamente cuestionado a ambos lados del Atlántico. Una muestra de ello fue el rechazo que, en septiembre, votaron los legisladores austriacos contra el acuerdo de libre comercio entre el Mercosur y la UE, lo que constituyó el primer pronunciamiento legislativo contrario al entendimiento de ambos bloques.

Casi todos los partidos en el subcomité de la UE del Parlamento austriaco votaron entonces contra el borrador, lo que anticipa una postura negativa cuando llegue el momento de la ratificación. Para **Elisabeth Köstinger**, diputada conservadora y ex ministra de

Medio Ambiente: “Austria rechazará el tratado del Mercosur”, y puso el acento en “la quema de bosques tropicales” en América del Sur, propiciada por el gobierno de Bolsonaro “para crear pastos y enviar carne de vacuno barata a Europa”. También desde Francia en agosto pasado se oyeron voces anticipando que no se respaldaría el acuerdo si el presidente brasileño no tomaba acciones inmediatas contra los incendios en el Amazonas.

Si bien la política comercial es fijada por Bruselas y, por tanto, los tratados solo requieren del refrendo del Parlamento Europeo, los parlamentos nacionales inciden cuando están en juego competencias mixtas. Y el impacto del Acuerdo es muy desigual en la UE – como también en el Mercosur– según los distintos países y sectores.

Ganadores y perdedores

Es innegable que, como sucede en todos los acuerdos comerciales, habrá ganadores y perdedores. Entre los grandes ganadores del acuerdo estarán sin duda, los consumidores de ambos lados del Atlántico. Pero tanto en Francia como en Irlanda y Polonia, los productores agrícolas, que han sido los grandes opositores históricos a este Acuerdo, todavía resisten.

Pese a que los negociadores de la UE lograron imponer a los países del Mercosur el cumplimiento de sus estándares de producción agrícola –los más exigentes del mundo en materia sanitaria y fitosanitaria– el resultado igual significará un sustantivo aumento de las exportaciones agrícolas desde el bloque sudamericano, lo que levanta ampollas en los agricultores y ganaderos europeos.

Debe tenerse presente que, en la actualidad, el Mercosur (en especial Brasil) aporta cerca del 80% de la carne de vacuno, casi el 70% de los productos para la alimentación animal y el 20% de los productos agrícolas que consume la UE, lo que lo coloca como un proveedor decisivo y una preocupación para muchos productores europeos.

Una serie de productos del Mercosur tendrán arancel 0% a partir de la entrada en vigor del Acuerdo: harina y poroto de soja, aceites vegetales para uso industrial, despojos comestibles de especie bovina, porcina y ovina, menudencias, grasas y semen bovino, merluza, vieiras y calamares, legumbres, bebidas como agua mineral, cervezas y espirituosas, duraznos, manzanas, peras, ciruelas y cerezas, frutos secos, pasas de uvas, uvas de mesa, maní e infusiones y especias.

En el proceso de desgravación de cuatro a 10 años se encuentran productos de pesca y conservas de pescado, hortalizas, hortalizas en conserva, plantas y tubérculos alimenticios, frutas cítricas y finas, harina de maíz, almidón, arroz partido, aceites vegetales, biodiesel, preparaciones alimenticias y pastas, golosina y mermeladas y jaleas, así como helados, alimento para mascotas, manteca y demás preparaciones de maní.

Al momento de la entrada en vigor del acuerdo, los productos sometidos a cuotas de importación anuales por parte de la UE son la carne bovina (99.000 toneladas peso producto, divididas en 55% de carne refrigerada y 45% congelada, con un arancel de 7,5%) y la carne

aviar (180.000 toneladas anuales con arancel 0% divididas en 50% deshuesada y 50% en otras presentaciones).

Entre los sectores que más rápidamente obtendrán beneficios del acuerdo están los exportadores de azúcar de Mercosur, que podrá entrar sin cuota alguna a la UE hasta 180.000 toneladas de azúcar desde el primer día de aplicación del acuerdo, cuando en la actualidad pagan 98 euros por tonelada.

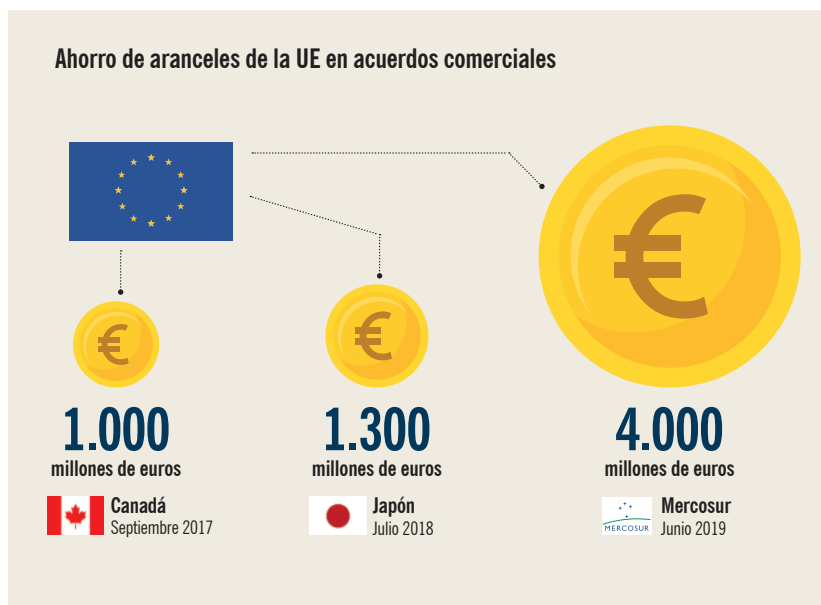
El acuerdo permitirá resolver los conflictos en torno al biodiesel y el etanol, ya que el etanol para usos químicos tendrá una cuota sin arancel de 450.000 toneladas desde el momento de la entrada en vigor del acuerdo y otras 200.000 toneladas “para cualquier uso” entrarán en vigor de forma gradual a lo largo de cinco años.

El arroz tendrá una cuota sin arancel de 60.000 toneladas anuales y su aplicación se prolongará por un plazo de seis años. Y la miel también entrará sin cuota alguna tras un período de cinco años y hasta un máximo de 45.000 toneladas al año.

Estos sectores, que son decisivos para los intereses sudamericanos, resultan muy sensibles para los productores europeos que realizan una fuerte presión en países como Irlanda, Francia y



El Mercosur aporta cerca del 80% de la carne vacuna que consume la UE.



Polonia, entre otros. Es cierto que las concesiones hechas por Bruselas son limitadas, pero el problema es que se suman a otras cuotas que la UE concedió en los acuerdos comerciales que cerró con Japón y Canadá y que ya irritaron a los agricultores europeos.

De hecho, **Christiane Lambert**, dirigente del sindicato agrícola francés FNSEA, uno de los más recalcitrantes opositores, consideró el momento de la firma como “un día funesto”: “El acuerdo Mercosur-UE es inaceptable y expondrá a los agricultores europeos a una competencia desleal y a los consumidores a un engaño total”. Y en Alemania, **Joachim Rukwied**, presidente desde 2017 de COPA-COGECA, la fusión de las asociaciones europeas de agricultores y representante de Deutscher Bauernverband, el principal sindicato agrícola alemán, lo definió como un acuerdo “totalmente desequilibrado, que pondrá en peligro muchas granjas familiares”.

En la misma dirección se expresó el sector agrario español. Organizaciones como Asaja, Cooperativas Agroalimentarias, Coag y UPA, expresaron preocupación ante “la firma de un acuerdo desequilibrado que no tiene en cuenta ciertas producciones agrarias, especialmente algunas mediterráneas”.

Para aliviar la tensión, Bruselas ha comprometido fondos para evitar perjuicios no deseados en ese sector. La UE promete mejorar la situación económica de los perdedores, para lo que se propone reformar el Fondo de Ajuste para la Globalización con más recursos y procedimientos más flexibles para que los productores puedan beneficiarse.

Además, **el Acuerdo contempla el uso de salvaguardas**, es decir, restricciones a importaciones que las partes

Una síntesis de los ganadores y perdedores del Acuerdo UE-Mercosur podría resumirse de manera extrema poniendo del lado de los ganadores a la industria y los servicios europeos y la producción agrícola del Mercosur y, en el lado de los perdedores, a los agricultores y ganaderos de la UE y ciertos sectores industriales fuertemente protegidos del bloque sudamericano.

podrán imponer de modo excepcional cuando se produzcan aumentos sustanciales e inesperados de importaciones que provoquen daños a sectores productivos.

Pero lo cierto es que, cuando la Comisión Europea y el Mercosur terminen la revisión legal y el Acuerdo pase a los parlamentos –lo que llevará todavía varios meses– este enfrentará enormes desafíos y presiones.

Una síntesis de los ganadores y perdedores del Acuerdo UE-Mercosur podría resumirse de manera extrema poniendo del lado de los ganadores a la industria y los servicios europeos y la producción agrícola del Mercosur y, en el lado de los perdedores, a los agricultores y ganaderos de la UE y ciertos sectores industriales fuertemente protegidos del bloque sudamericano.

Pero, pese a las quejas, muchos sectores han recibido el Acuerdo con entusiasmo. Entidades vinculadas tanto al agro del Mercosur como al comercio, la industria y los servicios a ambos lados del Atlántico coincidieron en resaltar que **los compromisos alcanzados suponen una enorme oportunidad para incrementar mercados y productos**. Desde el bloque sudamericano, se insiste en que sus países pasarán de tener acuerdos comerciales con solo 13 países del mundo a relacionarse con 40, ampliando su capacidad exportadora.

Un dato poco conocido y que puede irritar a algunos sectores del Mercosur y alentar a la revisión del Acuerdo surge de los análisis de la propia Comisión Europea: **el acuerdo comercial con los países del Mercosur permitiría que las empresas de la UE se ahorren hasta 4.000 millones de euros al año en aranceles**. Se trata de una cifra entre tres y cuatro veces más favorable a la UE que los acuerdos firmados con Japón (en julio 2018, con un ahorro de 1.300 millones de euros) y con Canadá (en septiembre 2017, con un ahorro de 1.000 millones de euros).

Pero, sin duda, el acuerdo significa una apuesta al futuro. **Lo firmado por ambos bloques permitirá incrementar el comercio y, al favorecer el marco**

institucional, atraer mayores inversiones de empresas europeas hacia el bloque sudamericano. Hay que considerar que las empresas europeas tienen invertidos fuera del territorio comunitario la friolera de **9,5 billones de dólares**, lo que convierte a la UE como región en el principal inversor mundial, seguido por EE UU y China.

El acuerdo prevé que los aranceles que Mercosur impone actualmente a productos europeos se eliminan en un 91% y a su vez, la UE eliminará el 92% de sus aranceles a productos provenientes del Mercosur. Estos últimos se reducirán casi de inmediato y para los productos industriales provenientes del Mercosur el 80% de los aranceles de ingreso en la UE se reducirán a 0%.

Algunos productos serán regidos por cuotas dentro de las cuales el arancel será reducido mientras que fuera de ellas se mantendrán los aranceles actuales. En el caso de la **carne** –uno de los escollos históricos– los aranceles bajarán hasta 7,5%, pero la cuota es considerada exigua por los críticos, ya que su volumen es de 99.000 toneladas anuales, mientras lo que reclamaba el Mercosur casi duplicaba esa cifra. La carne de la Cuota Hilton, que hoy paga 20% de arancel, se prevé reducirlo a 0%, algo que beneficia especialmente a Argentina, que exporta unas 29.500 toneladas en esa modalidad.

Habrà una reducción progresiva y gradual para una serie de productos en ambas direcciones. UE reducirá la tarifa de entrada a su territorio en un proceso de cuatro a 10 años para productos de la pesca, frutas cítricas, frutas finas, harinas de maíz, hortalizas, aceites vegetales y biodiesel.

Los **automotores** provenientes de Europa, que hoy soportan aranceles del 35%, tendrán plazos de 10 a 15 años para su reducción progresiva. También los aranceles del Mercosur a **piezas de autos**, que en la actualidad rondan del 14% al 18%, se reducirán de forma progresiva pero no automática. Lo mismo sucederá con los aranceles a **equipos industriales** (hoy entre 14% y

20%), **químicos** (hoy, hasta 18%), **ropa y calzado** (hasta 35%) y **productos farmacéuticos** (hasta 15%).

Desde el Mercosur también se eliminarán progresivamente los aranceles a las importaciones de **vino europeo** (en la actualidad paga aranceles del 27%), **chocolate** (20%), **whisky** y otras bebidas espirituosas (20 y 35%), **galletitas** (16 a 18%) y **gaseosas** (29 al 35%).

Un sector particularmente dificultoso ha sido el **sector lácteo**, donde se acordó reducir en plazos los aranceles, en especial sobre los quesos (que hoy pagan 28%) pero estableciendo determinadas cuotas, fuera de las cuales seguirán vigentes los actuales aranceles.

Por su parte, el Mercosur aceptó respetar 357 denominaciones de origen protegido (DOP) europeas, como el *champagne*, el jamón de Parma, el queso manchego o el vino rioja en cantidades determinadas, fuera de las cuales seguirán pagando arancel de ingreso. Esas DOP chocaban con productos de denominación similar, fruto de la profunda imbricación de la cultura europea en territorios que le han sido propios en la época colonial. Es el caso del queso parmesano, muy popular en Argentina, o el uso dilatado en el Mercosur de *champagne* como sinónimo de vino espumante, entre muchos más.

El acuerdo prevé que los aranceles que Mercosur impone actualmente a productos europeos se eliminan en un 91% y a su vez, la UE eliminará el 92% de sus aranceles a productos provenientes del Mercosur. Estos últimos se reducirán casi de inmediato y para los productos industriales provenientes del Mercosur el 80% de los aranceles de ingreso en la Unión Europea se reducirán a 0%.

Otros dos factores positivos a considerar:

1. El Mercosur abre sus mercados de obras públicas a empresas europeas que competirán en igualdad de condiciones con las locales.

2. Adopta la vigencia de las normas de seguridad alimentarias europeas, que deberán ser respetadas para acceder a ese mercado, lo que obligará a elevar las condiciones de calidad de la producción sudamericana.

Piedras en el camino

Los escollos que deberá afrontar el Acuerdo UE-Mercosur en el largo proceso de su ratificación y puesta en marcha son múltiples y complejos, y para sortearlos se requerirá una singular diplomacia y algo de buena fortuna.

1. El primer escollo que enfrenta la conclusión exitosa del Acuerdo UE-Mercosur proviene de Bruselas. En todo el proceso y también a la hora de celebrar la firma del Acuerdo en junio, **en la posición europea parece haber predominado una cierta “mirada endógena”**, carente de una comprensión cabal del contexto político al interior de los países del bloque sudamericano, que tiende a ser especialmente sensible a las rémoras del colonialismo. En varias declaraciones puede verse esa mirada centrada de manera preferente en los propios beneficios y en la ausencia del *animus societatis*.

Phil Hogan, por ejemplo, nada menos que **comisionado de Agricultura y Desarrollo Rural de la UE**, recalcó: “Nuestros distintivos productos agroalimentarios de la UE de alta calidad ahora obtendrán la protección en los países de Mercosur **que merecen**, respaldando nuestra posición en el mercado y aumentando nuestras oportunidades de exportación. El acuerdo de hoy también presenta algunos desafíos para los agricultores europeos y la Comisión Europea estará disponible para ayudar a los agricultores a enfrentar estos desafíos (...) Para que este acuerdo sea beneficioso para todos **solo nos abriremos a los productos agrícolas de Mercosur con cuotas cuidadosamente**

administradas para asegurarnos de que no haya riesgo de que ningún producto inunde el mercado de la UE y, por lo tanto, ponga en peligro el sustento de los agricultores de la UE”.

Y la **comisionada de Comercio, Cecilia Malmström**, redujo la significación del Mercosur a “**cuatro países más**” cuando señaló: “En los últimos años, la UE ha consolidado su posición como líder mundial en el comercio abierto y sostenible. Los acuerdos con 15 países han entrado en vigor desde 2014, en particular con Canadá y Japón. Este acuerdo agrega cuatro países más a nuestra impresionante lista de aliados comerciales”.

Todo ello, más las propias dificultades de resolución de los problemas e intereses en juego en sectores como el automotriz, la producción cárnica y láctea y las DOP –los mayores escollos históricos– configuran un escenario difícil para cerrar exitosamente el Acuerdo de junio.

2. La segunda dificultad procede del **populismo rampante** que ha marcado casi un siglo de la política argentina y que ha precipitado a ese país en una decadencia notable, con un tercio de su población en la pobreza, provocado crisis económicas recurrentes, un deterioro manifiesto de su educación y salud y el récord de ser el país que más veces ha incumplido sus deudas. Esa cultura populista, singularizada en el peronismo, pero también en otras expresiones políticas nacionales de menor envergadura, constituye un enorme escollo para la liberación del comercio y la integración del país al mundo, en tanto **entiende al exterior y lo extranjero como una amenaza**. Durante décadas se ha inculcado en Argentina ese falso concepto, que se sintetizó en una frase y consigna política: “Vivir con lo nuestro”. De hecho, su coincidencia con Brasil en este aspecto ha sido la causa de que el Mercosur, con su enorme potencial, solo hubiera desarrollado hasta la actualidad, tres únicos tratados de libre comercio que suponen menos del 10% de la economía mundial.

Tanto Argentina como Brasil y tam-

bién dos otros socios (Paraguay y Uruguay) han sido países que históricamente han tenido con un marcado rechazo a la apertura, lo que les ha impedido aprovechar las ventajas de la inserción internacional como lo hicieron los países asiáticos.

De hecho, los integrantes del Mercosur muestran un bajo grado de asociación internacional. Hasta la celebración del Acuerdo con la UE, Argentina apenas tenía 13 países socios, igual que Brasil, mientras Uruguay tenía 12 y Paraguay solo 10, frente a algunos de sus vecinos latinoamericanos de un alto grado de asociación comercial, como Chile (56 países socios), México (50) y Colombia (35).

Ello los ha llevado a desperdiciar la posibilidad de lograr un incremento sustantivo de su intercambio comercial global, alcanzar mejores procesos de inversión, alcanzar mayores niveles de competencia, sofisticación productiva y empleo calificado, y, por tanto, potenciar su desarrollo económico.

3. La **presencia del ultraderechista Jair Bolsonaro en la presidencia del Brasil** constituye un tercer escollo de difícil resolución, ya que expresa de manera extrema tendencias que subyacen –como sucede en Argentina– en lo más profundo de la cultura política de la sociedad. Hasta hace muy pocos años, la lógica de las Fuerzas Armadas de Brasil (en las que militaba Bolsonaro) planteaba el desarrollo del país a través de hipótesis de conflicto bélico con sus vecinos, en especial con Argentina.

Los integrantes del Mercosur muestran un bajo grado de asociación internacional. Hasta la celebración del Acuerdo con la UE, Argentina apenas tenía 13 países socios, igual que Brasil, mientras Uruguay tenía 12 y Paraguay solo 10.

No es sorprendente el actual “romance” de Trump con Bolsonaro. Ambos creen, como expresó el presidente de EE UU en la Asamblea General de la ONU en septiembre pasado, que “el mundo no es de los globalistas sino de los patriotas”, reivindicando el orden mundial del Estado-nación de los siglos XVII al XX y que concluyó con la enorme tragedia de las dos Guerras Mundiales.

4. El cuarto escollo lo constituye –más allá de lo estrictamente comercial– la **reticencia de Brasil para el cumplimiento de los compromisos que impone el Acuerdo de París sobre Cambio Climático**, que constituyó un éxito de la UE, al introducirlo como condición del Acuerdo entre ambos bloques. Pero no se trata solo de las grandes corporaciones agrícolas y ganaderas de Brasil sino también de las de Argentina e inclusive de Paraguay, que se resisten a abandonar sus actuales formas de explotación intensiva e industrial, con las secuelas de contaminación y deforestación. En ello se basaron las prevenciones de Macron para concluir el Acuerdo, lo que fue explicitado por las multinacionales presentes en el bloque sudamericano como un intento europeo de frenar las exportaciones agropecuarias del Mercosur.

5. Un quinto escollo procede de las **presiones sectoriales** a ambos lados del mostrador y que pueden, en la variante sudamericana, tener una significativa capacidad de *lobby* para frenar lo avanzado durante los últimos dos años.

Es el caso de la **industria farmacéutica** de ambos países sudamericanos, que ya se manifestó contraria a la imposición de medidas de mayor protección de la propiedad intelectual sobre medicamentos y tecnologías médicas, por considerar que va a afectar a una industria que ha tenido en las últimas décadas un marcado crecimiento y desarrollo.

El conflicto surge porque el capítulo sobre propiedad intelectual del Acuerdo prolonga el período de vigencia de las patentes europeas de 20 a 25 años. La industria farmacéutica del bloque



La industria farmacéutica del Mercosur teme que sus fármacos tengan vedado el ingreso al mercado europeo.

sudamericano advierte sobre los riesgos de esa prolongación, que produciría un alza sensible en el precio de los medicamentos en sus países.

Coincidiendo con esa postura, el Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible (ICTSD), con sede en Ginebra, explica que ello dificulta la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU en lo referente a salud y seguridad alimentaria, haciéndose eco de las conclusiones de 39ª Asamblea de la Asociación Latinoamericana de Industrias Farmacéuticas (Alifar), donde se alertó a los gobiernos del Mercosur sobre el impacto que podría generar un acuerdo con la UE en la actividad de la industria farmacéutica local, lo que tendría influencia negativa en las condiciones de accesibilidad a la salud de los habitantes de la región.

El conflicto tiene su raíz en dos miradas distintas sobre el negocio farmacéutico. Desde la UE y sus grandes empresas farmacéuticas, se privilegia el retorno de las inversiones en I+D, expresadas por patentes muy extendidas en el tiempo y desde el Mercosur se defiende la implementación de biosimilares para hacer accesible la medicación a los sectores más vulnerables de la población, limitando a 20 años im-

prorrogables la duración de la patente, para no aplicar criterios monopólicos sobre los medicamentos. Por ese motivo, la industria farmacéutica del Mercosur sospecha, y con razón, que los fármacos desarrollados en América Latina tendrán vedado el ingreso al mercado europeo.

Un estudio de la prestigiosa **Fundación Oswaldo Cruz**, de Brasil, estima que el impacto de las medidas que propone la UE en materia de propiedad intelectual le provocarían a su país un gasto adicional de unos 450 millones de dólares. Otro estudio de la **Fundación GEP**, de Argentina, sostiene que el costo de las compras públicas de medicamentos podría incrementarse hasta en un 30%, tan solo en los medicamentos para el HIV y la Hepatitis C.

Para GEP: “**Los medicamentos no son mercancías sino bienes sociales. Las normas comerciales sobre ellos no hacen más que excluir a miles de ciudadanos que los necesitan y no pueden acceder.** La firma de este acuerdo UE-Mercosur significaría un gravísimo problema de salud pública”. La posición del sector farmacéutico del Mercosur recibió en apoyo del Panel de Alto Nivel de Naciones Unidas sobre Acceso a Medicamentos e Innovación, que en un informe convoca a los países

rechazar las Medidas ADPIC Plus que la UE insertó en el Acuerdo.

Aspectos técnicos del Acuerdo

El Acuerdo logrado en junio y en proceso de revisión previo a su ratificación no solo es uno de los más importantes en la historia del comercio a nivel global, pues implica la generación de un mercado de bienes y servicios de 800 millones de consumidores y casi una cuarta parte del PIB mundial, sino que incluye otros capítulos que le otorgan el carácter de un **acuerdo del siglo XXI** o “**de última generación**”, como prefieren denominarlo los expertos. Entre esos nuevos temas se destacan las **inversiones**, el **comercio de servicios**, las **compras estatales**, las **normas de origen** y las **medidas fito-zoosanitarias**.

Lo alcanzado por los negociadores de la UE y el Mercosur se apoya en varios ejes:

- **Transición:** El Acuerdo establece que su implementación será gradual para garantizar un proceso temporal de adecuación de las economías del Mercosur a la competencia internacional. Para los países del bloque sudamericano, los plazos de desgravación arancelaria se extenderán a lo largo de 10 años (y hasta 15 en algunos casos), mientras que sus productos podrán entrar en la UE de forma inmediata, situación que no tiene precedentes en otros acuerdos firmados por los europeos y que desacredita las versiones de “tragedia” sustentadas por el populismo argentino.

- **Integración:** La adecuación a lo establecido en el Acuerdo con la UE implicará, para los países del Mercosur, el establecimiento de una nueva fase de su relación interna, en tanto aumentará el comercio intra-regional y forzará una actualización y modernización de sus políticas en materia de circulación de mercaderías, simplificación de procedimientos y armonización normativa.

- **Calidad institucional:** El acuerdo alcanzado implica el establecimiento de un vínculo estratégico y permanente entre ambos bloques en lo político,

cultural y económico e instituye una normativa transparente y consensuada que otorga calidad institucional en la medida en que reduce la discrecionalidad en materia de política económica.

- **Inversiones:** Se trata de uno de los aspectos más trascendentes del acuerdo ya que, al otorgar certidumbre y estabilidad a las reglas de juego, facilita el incremento de la inversión. De hecho, los países o bloques que firmaron acuerdos con la UE muestran significativos incrementos en su atracción de inversiones.

- **Competitividad:** Al facilitar el acceso a bienes, servicios e inversiones, simplificar procedimientos en la operatoria comercial, facilitar el acceso a tecnología, insumos y bienes intermedios, necesarios para producir bienes con valor agregado, mejora de forma significativa la competitividad, que es otro de sus grandes ejes.

- **Pymes:** En esta materia, el Acuerdo contempla programas especiales que facilitan su integración en cadenas de globales de valor, asistencia técnica, participación en compras gubernamentales, *joint ventures*, *partnerships*, *business networks*, transferencia de *know how* y asistencia financiera.

Como sucede en general con todos los tratados de libre comercio, al generar reglas claras y mejorar la eficiencia, el Acuerdo podrá tener algunos efectos hacia el interior del propio Mercosur. **Es previsible que contribuya a reforzar la integración de sus miembros e incluso con el resto de los países de la región** (Alianza del Pacífico, por ejemplo). El incremento de la capacidad exportadora, sumada a la libre circulación, armonización normativa y simplificación de procedimientos, ampliará necesariamente los vínculos comerciales. Debe recordarse que el bloque sudamericano no ha logrado aprobar un Código Aduanero común (pendiente de aprobación por parte de Uruguay y Paraguay) ni establecer normas de regulación intrarregional, a fin de constituir el mercado común que era el objetivo del Tratado fundacional (Tratado de Asunción). Es probable que el Acuerdo contribuya a disolver

La experiencia empírica muestra que los acuerdos internacionales de este tipo significan una apertura comercial mutua que ha generado una enorme expansión del intercambio.

esas rémoras por la propia dinamización de los intercambios con la UE.

Uno de los conflictos técnicos que se hicieron presentes en el desarrollo de las negociaciones, y que constituyó uno de los logros de la difícil tarea desarrollada por los negociadores de ambos bloques, fue la armonización del Mercosur (una unión aduanera imperfecta que carece de un territorio aduanero unificado) con un bloque consolidado como la UE, con territorio aduanero común y libre circulación de mercaderías en su interior. El desafío a sortear fue mayúsculo y llevó un largo proceso.

El Acuerdo dejó establecido con claridad que los procedimientos aduaneros deben basarse en el uso de métodos y controles modernos y efectivos dirigidos a la protección de la salud y la seguridad del consumidor, la pro-

moción del comercio legítimo y el combate al fraude.

La lectura del Acuerdo muestra la fuerte decisión de una activa **cooperación aduanera** entre las respectivas autoridades en la materia, que implican: 1. Intercambio pleno de información en relación con la legislación aduanera; 2. Desarrollo de iniciativas conjuntas respecto a procedimientos de importación, exportación y otros; 3. Trabajo conjunto en materia de seguridad y facilitación de la cadena logística internacional de conformidad con el Marco SAFE de la Organización Mundial de Aduanas; 4. Asistencia técnica y capacitación de recursos humanos para la tarea aduanera y 5. Fortalecimiento de la cooperación conjunta en organizaciones como OMC, OMA y UNCTAD.

Para concretar esos objetivos, el Acuerdo incorporó un Anexo específico que contiene un **Protocolo de Asistencia Mutua** en materia aduanera y dejó en claro la voluntad de las partes por suscribir un **Acuerdo de Facilitación de Comercio “Plus” (AFC+)**, para avanzar en aspectos innovadores no contemplados en los AFC, como el intercambio de información en tiempo real o el uso intensivo de las tecnologías de la información.

Con relación a esto, el Acuerdo establece que cada parte usará tecnologías de la información que agilicen los procedimientos de libramiento de mercadería para facilitar el comercio y permitirá que las declaraciones aduaneras y cualquier otro documento requerido pueda ser presentado en formato electrónico. Además, se promoverá el intercambio electrónico de información entre los servicios aduaneros, sus operadores y agencias gubernamentales vinculadas, y la utilización de sistemas electrónicos de gestión de riesgos.

Otro elemento de modernización previsto en el compromiso de las partes es establecer, en lo posible, **sistemas de ventanilla única** que permitan a los exportadores e importadores presentar documentación y cualquier otro dato requerido en el tránsito de mercade-

La lectura del Acuerdo muestra la fuerte decisión de una activa cooperación aduanera entre las respectivas autoridades en la materia, que implican:

1. **Intercambio pleno de información** en relación con la legislación aduanera;
2. **Desarrollo de iniciativas conjuntas** respecto a procedimientos de importación, exportación y otros;
3. **Trabajo conjunto en materia de seguridad y facilitación de la cadena logística internacional** de conformidad con el Marco SAFE de la Organización Mundial de Aduanas;
4. **Asistencia técnica y capacitación** de recursos humanos para la tarea aduanera y
5. **Fortalecimiento de la cooperación conjunta** en organizaciones como OMC, OMA y UNCTAD.

rías por medio de un punto de entrada único a las autoridades o agencias participantes.

La ventanilla única es una “instalación transfronteriza inteligente” que permite a las partes involucradas en el comercio y el transporte presentar información estandarizada y, en general, electrónica, con un solo punto de entrada para cumplir con todos los requisitos reglamentarios. Constituye la solución para los complejos problemas de la automatización de la frontera y la gestión de la información.

Conclusiones

El acuerdo alcanzado entre la UE y el Mercosur significa un hecho histórico por la dimensión de lo que se pone en juego. Desde la perspectiva de los países que integran el bloque sudamericano, resulta un especial avance en sus vinculaciones internacionales, un paso importante hacia la apertura comercial de la que siempre ha renegado y una posibilidad de establecer relaciones más fructíferas con los mercados asiáticos y del propio subcontinente, como los que conforman la Alianza del Pacífico.

Si el Acuerdo finalmente se cierra en los actuales términos, se habrá institucionalizado una incipiente tendencia a la apertura en el Mercosur, con la consiguiente eliminación de barreras, promoción de la competencia y adopción de la cooperación entre países como fuente de riqueza.

La persistencia de una cultura de cierto nacionalismo cerril y de la frontera concebida como “pared” y no como “puente” –tan alejada de las enseñanzas europeas– son las que otorgan entidad a los temores sobre los efectos negativos en algunas producciones. Estos pueden mitigarse con herramientas que fortalezcan su competitividad o con medidas que permitan incentivar un proceso de reconversión y modernización, empujando hacia nuevas producciones con mayor potencial de crecimiento.

La experiencia empírica muestra que los acuerdos internacionales de este

tipo significan una apertura comercial mutua que ha generado una enorme expansión del intercambio. Hoy en el mundo rigen casi 300 acuerdos comerciales (algunos regionales e interregionales) que han servido para potenciar el comercio y mejorar la convivencia pacífica. Y, en general, tres sectores se han visto especialmente expansivos: los automotores, los alimentos y el equipamiento electrónico, así como también han crecido los flujos de inversión entre los signatarios.

El ejemplo de Perú

Perú ha crecido económicamente en los últimos 14 años, lo que ha significado una sorpresa positiva en el concierto internacional. Ello se debe, en parte, a la aplicación de una política comercial, que no ha variado con los diferentes gobiernos de turno, en relación a la **apertura comercial**, que es la estrategia que ese país ha resuelto para insertarse en la economía global.

Con el objetivo de diversificar sus exportaciones, adquirir cada vez mayor conocimiento e innovación para la elaboración de sus productos y generar clima propicio de negocios para incrementar las inversiones, **Perú suscribió una larga serie de acuerdos comerciales que han servido para asegurar sus exportaciones a mercados internacionales.**

Hoy, Perú cuenta con acceso preferencial a un mercado potencial de 3.000 millones de consumidores con un PIB per cápita promedio de 27.000 dólares,

El acuerdo alcanzado entre la UE y el Mercosur significa un **hecho histórico** por la dimensión de lo que se pone en juego. Desde la perspectiva de los países que integran el **bloque sudamericano**, resulta un especial **avance en sus vinculaciones internacionales**, un paso importante hacia la apertura comercial de la que siempre ha renegado y una posibilidad de establecer **relaciones más fructíferas con los mercados asiáticos y del propio subcontinente**, como los que conforman la Alianza del Pacífico.

a través de 18 tratados vigentes con 53 países, que concentran el 79% del PIB mundial. El 94% de sus exportaciones es resultado de las preferencias derivadas de esos acuerdos.

En el proceso del ciclo de 2000 a 2016, sus exportaciones pasaron de 6.955 millones de dólares a 36.838 millones, con un pico de 47.411 millones en 2012. Es decir, que se multiplicaron entre cinco y casi siete veces. Si el monto exportado disminuyó a partir de 2017, ello se debió a la caída global de los precios de los *commodities* y, en especial, a la desaceleración económica de los principales mercados, provocada por la “guerra comercial” plantada por EE UU a China y la UE.

Asimetrías y atrasos

La enorme riqueza potencial que acumulan los cuatro países del Mercosur presenta una brutal asimetría con el estado actual de su desarrollo. El atraso de su infraestructura y sus servicios, así como de las condiciones de vida de buena parte de su población, no se corresponden a aquella riqueza que acumulan.

El análisis del comercio del Mercosur fuera de su propio territorio muestra las fuertes restricciones que han sido su señal de identidad “obsesivamente proteccionista” y la explicación de su fracaso. El comercio extra-bloque está gravado por altos aranceles o trabas no arancelarias de ingreso a terceros mercados por la escasez de acuerdos comerciales. Las restricciones han incluso limitado los propios intercambios con ellos mismos. Y el ingreso de importaciones está afectado por un altísimo arancel promedio, que afecta a sus consumidores y además a empresas locales que podrían incorporarse a cadenas de valor y vínculos extrabloque.

Por ello, **el acuerdo con la UE resulta una oportunidad histórica de apertura y abandono del proteccionismo y populismo obsoletos**, que solo han acarreado pobreza y retraso a países enormemente ricos y bendecidos por una naturaleza feraz y un contexto geopolítico de paz en un mundo convulsionado. ●

Beneficios y certezas



Acuerdo

El 28 de junio pasado, la **Unión Europea (UE)** y el **Mercosur** anunciaron haber alcanzado un **acuerdo de libre comercio** cuya negociación llevó más de 20 años, estableciendo un gran precedente de integración comercial en un mundo donde recrudescen los nacionalismos.



Mercado

El acuerdo crea un **mercado de bienes y servicios de 800 millones de consumidores** que se beneficiarán de una oferta más diversa y de mayor calidad a precios más competitivos. La **UE** es un inmenso mercado con 500 millones de habitantes que representa el **20% de la economía mundial**, es el primer inversor con un **stock** que supera el 30% de las inversiones globales e **importa el 17% del total de las compras mundiales de bienes y servicios**.



Vínculos

Fortalece vínculos políticos, culturales y económicos porque **institucionaliza una relación política y estratégica**, potencia los lazos económico-comerciales, y consolida las profundas vinculaciones culturales, sociales y políticas de ambas regiones.



Modernización

Facilita la modernización del entorno económico, normativo e institucional del Mercosur en tanto implica el establecimiento de parámetros actualizados en materia de servicios, inversiones, PyMes, medio ambiente, cooperación, etc.).



Inversión

Aumenta las oportunidades de inversión, creando un **marco regulatorio definido y un mecanismo de resolución de controversias** que da certidumbre y previsibilidad a los inversores.



Compras públicas

Con relación a las compras públicas, **los distintos países que integran la UE realizan compras públicas servicios y bienes por un equivalente al 16% del PBI europeo (unos 2,7 billones de euros)** y para la UE significa la apertura de un mercado que, en general, estaba cerrado a sus empresas. No están incluidas en el acuerdo las compras públicas subnacionales, salvo que estas decidan sumarse.



Integración

De manera indirecta, **promueve la integración dentro del Mercosur y con el resto de la región**, ya que impulsa la libre circulación, la armonización normativa y la simplificación de procedimientos, lo que permite avanzar en materias pendientes que permiten constituir un mercado único.



Exportaciones

Se aplicará al **92% de las exportaciones del Mercosur hacia la UE** y el 7,5% tendrá un acceso preferencial (cuotas u otras modalidades). En el caso de **las exportaciones de la UE hacia el Mercosur, este eliminará las tasas para el 91%** y dejará excluido el 9% de los productos considerados "sensibles" para ese bloque.



Servicios

El acuerdo elimina las barreras a la importación de servicios. **La UE es el primer importador mundial de servicios, superando los 800.000 millones de euros anuales**. El Mercosur podrá beneficiarse (en especial Argentina, que es exportadora de servicios basados en conocimiento) con la remoción de la mayoría de las barreras existentes.



Aranceles

El acuerdo implica una eliminación paulatina de aranceles. La quita de aranceles entre los bloques no tendrá el mismo ritmo temporal: **la UE elimina sus aranceles a las importaciones más rápido que el Mercosur**. El 76% de las importaciones de la UE provenientes del Mercosur eliminan sus aranceles de manera inmediata y el resto se liberalizará en cuatro, siete y 10 años. En cambio, la desgravación inmediata del Mercosur sólo alcanza al 13% del comercio y el resto se reparte en plazos de cuatro, ocho, 10 y 15 años. Aproximadamente el 60% de las importaciones desde la UE se encuentran en plazos de 10 o 15 años.



Críticas y dudas

El acuerdo obliga a competir y genera críticas y dudas en sectores que deberán adaptar su negocio para no verse perjudicados o incluso, desaparecer. Ello sucede en ambos lados del acuerdo. Aquellas empresas que logren actualizarse tendrán acceso a millones de potenciales consumidores, pero quienes no sean eficientes enfrentarán problemas severos. El 'mercado interno cautivo' desaparecerá en un plazo determinado.



Garantías

Una de las críticas más duras ha venido del presidente de Francia, **Emmanuel Macron**, quien manifestó no estar "del todo satisfecho con el texto jurídico" y que **Francia ha pedido una serie de garantías en especial en condiciones medioambientales, sanitarias y de salvaguarda para sectores que consideran "sensibles", como el vacuno, y que deberán resolverse en el proceso de ratificación.** La deforestación salvaje en Brasil, alentada por el gobierno de Jair Bolsonaro y los problemas sanitarios de su industria del pollo han sido los detonantes del reclamo. Lo mismo sucede con el uso intensivo de pesticidas y fertilizantes en Argentina y Brasil para mejorar sus rendimientos agrícolas con químicos prohibidos en la UE.



Gestión

Un punto de dudas es el relativo a la **gestión de empresas de control estatal** (ej. YPF, Petrobras, Aero-líneas Argentinas, etc) que **según el acuerdo deberán ser administradas bajo criterios estrictamente comerciales**, condición que limita las maniobras de los gobiernos del Mercosur para implementar decisiones arbitrarias bajo el argumento de que se trata de políticas públicas. El acuerdo impone que **las decisiones comerciales de estas compañías deben realizarse "de acuerdo a la economía de mercado de la forma en la que operaría una empresa de capital privado"**. Una zona gris en esta materia es que quedan excluidas las compañías que brindan servicios públicos.



Compras y licitaciones públicas

Otro punto que provoca críticas y dudas es el vinculado a las compras y licitaciones públicas, lo que **incluye compras por parte de ministerios y otras agencias federales, poderes legislativos y judicial o universidades nacionales, así como las de concesiones de servicios o proyectos de obra pública y potenciales iniciativas de construcción de autopistas financiadas a través del cobro de peajes.** El acuerdo establece un **"mercado abierto" para ambos bloques**, y especifica que las empresas de países de la UE que sean proveedoras potenciales de bienes y servicios podrán participar libremente de estos procesos sin discriminación o barreras comerciales por parte de los gobiernos de países del Mercosur. La zona gris de este capítulo está en la no inclusión de provincias y municipios del Mercosur, lo que podría generar conflictos de intereses frente a empresas chinas o estadounidenses que podrían sortear la competencia europea.



Resistencia

Persistencia de **sectores partidarios de una "economía cerrada", en especial en Argentina y Brasil, que consideran el acuerdo como una "tragedia" para sus países.** El flamante presidente de Argentina, Alberto Fernández, plantea la necesidad de revisar el acuerdo porque "no queda claro cuáles son los beneficios para la Argentina, pero sí queda claro que se perjudican nuestra industria y el trabajo argentino". Y la Coordinadora de Centrales Sindicales del Cono Sur (CCSCS) alerta sobre "el funesto impacto que este acuerdo tendrá para el sistema productivo de la región en general, y para ciertas ramas de producción estratégicas en particular (...) la firma de este acuerdo es la sentencia de muerte de nuestras industrias y de gran parte de nuestro trabajo decente y empleo de calidad".





SECURING THE INTERNET OF THINGS





WIS@keyIoT

WIS@key provides an end-to-end scalable security framework, to be integrated into IoT platforms. Based on PKI Technology, it will protect the device, its data at rest or in transit.

WIS@key is a provider of trusted cryptographic root keys and proposes products and services to use and manage digital certificates and associated secure assets in those otherwise vulnerable devices in the field.



<https://www.wisekey.com/solutions/secured-iot/>

WIS@key



El comercio ilícito, mayor de lo que se piensa

 Los datos sobre el volumen de las diferentes formas de comercio ilícito desafían el entendimiento: causan un detrimento anual de 2,2 trillones de dólares a la economía mundial, lo que representa un 3% de su valor total.

Por Jorge A. Restrepo

Si el comercio ilícito fuera un país, su tamaño sería superior al de Brasil, Italia y Canadá, o similar a México e Indonesia combinados. Estos datos provienen del informe *Mapping the impact of illicit trade on the Sustainable Development Goals*, publicado en junio de 2019 por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (CNUCED) y la Transnational Alliance to Combat Illicit Trade (TRACIT), entidad sin ánimo de lucro basada en Nueva York, apoyada por grupos multinacionales. El Foro Económico Mundial se hace eco de estas cifras y pone en relieve la necesidad de coordinar globalmente un enfoque transversal y multi-sectorial que sume esfuerzos del sector público y el privado.

El comercio ilícito alimenta el crimen organizado en todas sus formas: grupos terroristas, mafias de narcotraficantes, lavadores de dinero o redes de prostitución y trabajo forzado. El inventario de los bienes económicos que son comercializados en violación de la ley, incluyendo los que son falsificados, es abrumador.

En la industria agro-alimentaria: Se trata de la venta de productos (carne, productos lácteos, pescado y frutos del mar, aceites, miel, especias y vino) que no respetan las normas de calidad, seguridad e higiene, puestos en el mercado para obtener una mayor ganancia



Firma de la declaración contra el comercio ilícito, 13 septiembre 2019. De izquierda a derecha: Dourgam Kummer, OISTE, David Behrends, SUCAFINA, Alvisse Giustiniani, Philip Morris International, Carlos Moreira, WISEKey, Christophe Waserman, Zermatt Summit.

económica. En Pakistán, mayor consumidor de té en el mundo, una tercera parte del mercado de té proviene del contrabando. En China, la venta de leche en polvo adulterada para bebés causó recientemente la muerte de seis recién nacidos y la hospitalización de más de 50.000. En España, aún se recuerda con terror el caso del aceite de colza adulterado que dejó más de 25.000 afectados y más de 300 muertos.

En el sector agroquímico y de los pesticidas: La presencia de agroquímicos falsificados, caducos o que no respetan los estándares legales de calidad es una amenaza mundial para el medio ambiente y la salud de la población. En Kenia, entre el 15 y el 20% de los químicos para uso agrícola son comercializados ilegalmente, sin pagar impuestos. La presencia de isofenfos-metil importado de China,

un químico de la familia de los organofosforados, prohibido en la Unión Europea (UE), en pimientos españoles exportados a Alemania, Finlandia, los Países Bajos, Reino Unido y Rusia, produjo una disminución del 20% en las exportaciones y una caída del precio de 60%. Se calcula que, por fraudes con pesticidas, India pierde 10 millones de toneladas de alimentos al año, esto en un país con grandes necesidades en nutrición humana. Y todavía se detecta la presencia de contaminantes orgánicos de alto riesgo para la salud humana, como el DDT, de uso prohibido, en el medio ambiente.

Bebidas alcohólicas: Según un estudio realizado en 2018 por Euromonitor, una de cada cuatro botellas de alcohol consumidas en el mundo ha sido adulterada o se comercia ilícitamente. La Organización Mundial de la Salud (OMS) confirma que una cuarta parte del alcohol consumido globalmente no cumple con los marcos legales. De acuerdo a la oficina de propiedad intelectual de la UE, los productores legales de bebidas alcohólicas pierden cada año 1,3 billones de dólares por bebidas contrahechas. El alcohol no solamente se falsifica, sino que se contrabandea masivamente. Las pérdidas en impuestos y los efectos nefastos para la salud humana son incalculables. Cada año mueren miles de personas por la utilización de aditivos de metileno en alco-

El inventario de los bienes económicos que son comercializados en violación de la ley, incluyendo los que son falsificados, es abrumador.

hol falsificado. Con frecuencia, son las mismas mafias las que trafican en tabaco, narcóticos y alcohol de contrabando.

El comercio ilícito, la falsificación y el pirateo de bienes de consumo: La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) estima que el comercio de bienes de consumo masivo producto de la falsificación y el pirateo pasó de 250 billones de dólares anuales en 2007 a 461 billones en 2013. Esta es la categoría de comercio ilícito que aporta el mayor volumen de detrimento a la economía mundial. Aquí se suman muchas acciones que se han vuelto triviales, porque se trata de formas de ilegalidad que no son fáciles de detectar y perseguir: la copia de material digital, que le sumaría 200 billones de dólares anuales a las estadísticas de la OCDE; la compra de productos de lujo como relojes, perfumes, marroquinería; productos electrónicos como teléfonos celulares; equipos médicos y medicinas; detergentes, juguetes y cosméticos.

Este sector es de particular interés para la Fundación OISTE, porque **existe una experiencia acumulada en la autenticación, utilizando la certificación digital, de marcas de relojes de lujo bajo la conducción comercial de WISEKey.** La innovación en materia de tecnologías

digitales de seguimiento, localización y autenticación puede tener un efecto positivo para la disminución del volumen del pirateo y la falsificación de bienes de consumo.

Un estudio de 2017 realizado por Frontier Economics estima que **los impactos sociales y económicos sobre la capacidad productiva, la inversión, las pérdidas fiscales públicas y la aplicación de la ley penal contra la falsificación y la piratería podrían alcanzar los 1,9 billones de dólares en 2022**, robándole 4,2 billones de dólares a la economía mundial y poniendo en riesgo 5,4 millones de empleos legítimos.

En la silvicultura: La tala ilegal de bosques y el comercio ilícito de madera constituyen otra cara del comercio ilícito, que golpea el medio ambiente y aumenta la riqueza de las mafias del narcotráfico, como sucede en América Latina. Ahora que el tema del cambio climático ha cobrado tanta importancia, sería importante desarrollar métodos más eficaces de lucha contra la deforestación ilegal, pues nada mejor para reducir el CO2 que proteger los bosques y promover la reforestación.

En la pesca: La pesca ilegal, clandestina y no declarada representa un valor estimado entre 15 y 36 billones de dólares

anuales, entre 14 y 33% de la totalidad del volumen de pesca anual. Pescar en territorio marítimo nacional sin autorización del Estado en cuestión, explotar los cardúmenes de peces que no reúnen las condiciones de tamaño indicadas por las normas internacionales, la utilización de redes abisales y de arrastre no autorizadas y la sobrepesca forman parte de este fenómeno, que ha traído como resultado la puesta en peligro del equilibrio ecológico del mar y la precarización de una fuente de alimentación mundial. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), entre un 10 y un 15% de los océanos están afectados directamente por la sobrepesca, pero con impactos que afectan o afectarán “al menos a tres cuartas partes de las principales zonas pesqueras mundiales”.

Comercio ilícito de derivados del petróleo: Se estima que cada año las compañías petroleras legales sufren el robo, la adulteración o la defraudación de 133 billones de dólares en combustibles. Algunos países productores sufren graves pérdidas. México es probablemente el país más afectado por el hurto, que se calcula en 20.000 barriles diarios. Este año se produjo una tragedia, con los esfuerzos del actual gobierno por controlar el robo de combustible (o huachicoleo)



Palabras del Presidente de OISTE Foundation

En cumplimiento de su misión, la Fundación OISTE se interesa por los fenómenos que ponen en

peligro la confianza en las transacciones comerciales, en especial aquellas que se llevan a cabo por medios electrónicos sobre plataformas de Internet. Aunque no resulte evidente a primera vista, toda transacción comercial que no respete lo establecido por la ley defrauda la confianza de algún actor interesado: el comprador, el consumidor, la sociedad o el Estado, y crea un clima que se traduce en degradación económica, ambiental y moral.

La Fundación OISTE nació en Suiza en 1998, teniendo como activo principal una raíz criptográfica o infraestructura de clave pública (PKI) cuya función consiste en prestar servicios como tercero de confianza en intercambios de bienes e información sobre Internet.

Para ello, el tercero de confianza certifica digitalmente una comunicación, una transacción o un objeto, validando su autenticidad con un grado de seguridad que lo hace aceptable para fines legales. La PKI garantiza la confidencialidad y la integridad de los datos, la autenticación y el no repudio en los intercambios. La PKI es a la base una herramienta matemática que permite un intercambio de informa-

ción "protegido" por la codificación de la información. Es el mecanismo que se utiliza para firmar digitalmente un documento, dándole el mismo valor que una firma ante notario.

Falsificar un producto, usurpar una marca, vender bienes que no respetan los estándares legales de propiedad intelectual, las normas técnicas, que no sea conforme fiscalmente, que no respete el medio ambiente es una forma de defraudar la confianza del público en el comercio como medio de desarrollo y crecimiento económico que a la postre debilita el estado de derecho.

Jorge A. Restrepo

como tela de fondo: en el Estado de Hidalgo murieron cerca de 100 personas al incendiarse un ducto que había sido saboteado para hurtar su contenido. Nigeria pierde, por la misma razón, un 30% de su producción de productos refinados, que terminan siendo comercializados en los países vecinos. En otros países consumidores, como Bulgaria, entre el 20 y el 40% de productos derivados del petróleo se comercializan en un mercado gris que no paga impuestos. La disminución de los ingresos del estado como producto del hurto y el comercio ilícito de hidrocarburos es un impedimento para la inversión social y productiva, que reproduce los ciclos de pobreza y subdesarrollo.

Productos farmacéuticos: El comercio mundial de productos farmacéuticos ilícitos se extiende más allá del problema generalmente conocido de las falsificaciones para incluir drogas de calidad inferior, falsificadas, no registradas y sin licencia, así como su robo, fraude, desvío ilícito, contrabando y tráfico. La OMS considera que un 10% de las drogas que se venden en el mercado de los países subdesarrollados son fraudulentas. Interpol estima que un 30% de los productos médicos que se consumen en África, Asia y América Latina son producto de la falsificación. Medicamentos adulterados contra la malaria son responsables de cientos de miles de muertes al año, como lo son drogas de mala calidad contra la pulmonía. El problema de la resistencia a los antibióticos de ciertos patógenos peligrosos, como el de la tuberculosis, es otro resultado de la utilización de medicamentos de mala calidad. Contraceptivos ineficaces y condones de baja calidad son frecuentes en los países más pobres, lo que conlleva un descontrol de las políticas demográficas y de lucha contra el HIV. El auge de las ventas de “farmacias en línea” en los países desarrollados ha estado ligado al comercio ilícito de productos que en muchos casos son falsificados y potencialmente peligrosos, como lo descubrió la operación “Pangea XI”, lanzada por Interpol en 2018.

Metales preciosos y gemas: El hecho de que la cadena de suministro global de metales preciosos y gemas sea tan frag-

mentada y compleja hace que estos productos sean particularmente adecuados como vehículos para flujos financieros ilícitos, contrabando, tráfico de drogas y financiación del terrorismo. El comercio del jade extraído de Myanmar ha sido considerado como el mayor robo de recursos naturales en la historia moderna. Para las mafias de narcotraficantes de Colombia y Venezuela, lanzarse a la minería ilegal del oro es el mejor método para lavar dinero y multiplicar sus ganancias. Una operación que destruye y contamina las fuentes de agua y siembra enfermedad y muerte en las zonas donde se asienta.

Tabaco: Hay una serie de factores que contribuyen a la omnipresencia del comercio ilícito de tabaco. Si bien las grandes diferencias de precios e impuestos entre países o jurisdicciones crean los incentivos financieros para la evasión fiscal, otros factores incluyen una gobernanza débil, altos niveles de corrupción, un compromiso gubernamental deficiente para combatir el tabaco ilícito, aduanas y administración tributaria ineficaces, abuso de zonas de libre comercio, falta de cumplimiento y marcos regulatorios desactualizados para abordar el comercio ilícito, así como la presencia de canales informales de distribución de productos de tabaco. El Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, ratificado por 181 países, propone un marco jurídico, político y tecnológico para blindar las cadenas de suministro y distribución contra el comercio ilícito, mejorando los mecanismos de seguimiento, rastreo y autenticación de productos.

Fauna Silvestre: El comercio ilegal de cuernos de rinoceronte está extinguiendo, a vista y oídos de todos, un animal formidable. Sigue la explotación ilegal de marfil y la masacre de elefantes. Los pangolines desaparecerán muy pronto si continua el comercio ilegal de carne y escamas: entre 2010 y 2015 las incautaciones se han incrementado en número y en cantidad, con una media de 20 toneladas anuales.

El inventario precedente invita a la acción. La erradicación del comercio ilícito depende de todos. ●

La campaña contra el comercio ilícito de la fundación OISTE

Durante la Cumbre de Zermatt, en septiembre de 2018, la Fundación OISTE lanzó una iniciativa para congregar los esfuerzos de la sociedad civil, en coordinación con el sector público y privado, en torno a una campaña para luchar contra el flagelo del comercio ilícito y la falsificación.

Dicha campaña tomó forma en una declaración que fue firmada por actores importantes el 13 de septiembre de 2019. Por el momento, la declaración ha sido firmada por más de 750 individuos, organizaciones y empresas y su divulgación es cada día más amplia.

Las acciones principales que propone la declaración son:

- Tratar el comercio ilícito como un delito grave dentro de la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional, la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio de la OMC;
- Abordar los problemas de corrupción y lavado de dinero relacionados con el comercio ilícito con legislación; adoptar una política de tolerancia cero;
- Fortalecer los marcos legales y reforzar la aplicación de la ley;
- Mejorar los mecanismos inter-institucionales para combatir toda forma de comercio ilícito;
- Respalda a los gobiernos que destruyendo productos de comercio ilícito;
- Presionar a los gobiernos, así como a cualquier otra entidad que use o facilite la utilización de productos derivados del comercio ilícito;
- Expulsar a los empresarios criminales del negocio;
- Reducir los incentivos para ingresar a los mercados ilegales;
- Reducir las oportunidades para que el crimen organizado ingrese al sistema financiero;
- Ayudar a los gobiernos a mantener mercados legítimos y fomentar los objetivos del desarrollo sostenibles de la ONU (ODS de la ONU).

Invitamos a los lectores a que visiten la página <https://oiste.org> y adhieran a esta campaña.

20



YEAR

OISTE.ORG
FOUNDATION

**PROUD A MEMBER
OF ICANN**

Joint the OISTE as signatory of the Foundation **Anti-Illicit Trade declaration.**

Support the fight against Illicit-Trade and Counterfeiting as the **700 signatories.**

Support us by adopting the **declaration and its **principles****

- Address problems of corruption and money laundering related to Illicit Trade with legislation a zero tolerance policy,
- Strengthen legal frameworks and help law enforcement,
- Improve cross-agency mechanisms to contrast Illicit Trade crime,
- Endorse governments which are destroying Illicit Trade products,
- Pressure governments as well as any other entities which use or facilitate the usage of products derived from Illicit Trade,
- Drive criminal entrepreneurs out of business,
- Reduce incentives to enter illegal markets,
- Reduce opportunities for organized crime to enter the financial system,
- Help governments sustain legitimate markets and foster UN sustainable Goals (UN SDGs).

OISTE Foundation, Ch. Frank-Thomas 36, 1208 Geneva, Switzerland

www.oiste.org

info at dourgam.kummer@oiste.org and jorge.restrepo@oiste.org

Actualidad empresaria

HEEL - ALEMANIA



Heel tiene previsto desarrollar en Colombia nuevas áreas de producto.

La firma alemana Heel, que comercializa medicamentos de origen natural, está proyectando desarrollar en Colombia nuevas áreas y soluciones de tratamiento. Según Edgar Mohs, gerente general, las novedades y desarrollos futuros son los probióticos. Con más de 30 años en el país sudamericano, el mercado colombiano es el tercero en sus ventas globales. Actualmente, la firma tiene en Colombia una operación logística que involucra todas las regiones del país. En España, Heel ya tiene una línea de seis productos del tipo probióticos, que estarán en Colombia a finales de 2020.

GOOGLE - EE UU



Google compra Fitbit por 2.100 millones de dólares.

Google anunció la firma de un acuerdo definitivo para adquirir Fitbit, la firma de pulseras y relojes inteligentes. Según la empresa de tecnología, los dispositivos portátiles como relojes y rastreadores de actividad física permiten visualizar fácilmente dónde está la próxima reunión o controlar la actividad diaria. Si bien Google ha progresado con socios como Wear OS y Google Fit, encontró en Fitbit una oportunidad para introducir dispositivos portátiles *made by Google* en el mercado. Google aspira a crear herramientas que ayuden a las personas a mejorar su conocimiento y salud. Además, desde la compañía aseguraron que los datos de salud y bienestar de Fitbit –que hoy brinda servicios a más de 28 millones de usuarios– no

se utilizarán para los anuncios de Google, dando la opción a los usuarios a revisar, mover o eliminar su información personal. La operación concluirá a finales de 2020, debido a que aún está sujeta a la aprobación por parte de los accionistas y de las condiciones regulatorias.

DP WORLD - EMIRATOS ÁRABES UNIDOS



DP World inaugura la plataforma logística Kigali en Ruanda.

El facilitador de comercio internacional DP World inauguró su plataforma logística Kigali en Ruanda. La plataforma sirve como puerta de ingreso al corazón de África, conectando Ruanda con países vecinos como República Democrática del Congo, Burundi, Uganda, Tanzania y Kenia. La infraestructura también tiene acceso al puerto de Mombasa, en Kenia, y Dar Es Salaam, en Tanzania, asegurando dos pasarelas comerciales al mar. El proyecto de 35 millones de dólares abarca más de 130.000 metros cuadrados, incluyendo un patio de contenedores de 12.000 metros cuadrados y una instalación de almacenamiento de 19.600 metros cuadrados. Además, la plataforma utiliza tecnología de vanguardia para garantizar la máxima seguridad y transparencia para sus clientes.

SANTANDER - ESPAÑA



Santander lanzará una plataforma digital para captar depósitos en EE UU. Santander está preparando el terreno para lanzar una plataforma a nivel

nacional para captar depósitos *online* en EE UU. Se prevé que la propuesta compita con el proyecto Marcus, de Goldman Sachs. Según Scott Powell, primer ejecutivo de la firma española en el país norteamericano, el banco planea desarrollar una “plataforma nacional de captación de depósitos” en 2020 para obtener recursos más económicos con los que respaldar su negocio de crédito al consumo. En declaraciones a *Financial Times*, Powell explicó: “La plataforma permitirá obtener recursos más baratos para su negocio de crédito, pero no tiene previsto conceder préstamos”. Por lo tanto, los depósitos se destinarán a reducir la dependencia de Santander de la financiación mayorista y el nuevo portal ofrecerá “tipos de interés más elevados que los grandes bancos de Wall Street”, indicó el directivo. Además, adelantó la intención del grupo de que su banco 100% digital, Openbank, opere en EE UU en el largo plazo. Por el momento, el proyecto de banco digital avanza en Alemania y Holanda, y en 2020 lo hará en Portugal, México y Argentina.

XINJIANG TBEA-GROUP BAOCHENG - CHINA



Bolivia y China crearon una empresa mixta para industrializar salares de Pastos Grandes y Coipasa.

La estatal Yacimientos de Lito Boliviano Corporación (YLE) y el consorcio chino Xinjiang TBEA-Group Baocheng, suscribieron una empresa mixta para la industrialización de las reservas de litio en Bolivia. Con una inversión de 2.400 millones de dólares, el acuerdo establece que el país latinoamericano tendrá el 51% de las acciones y las procesadoras iniciarán sus operaciones en 2021. El proyecto incluye la construcción

de cinco plantas que producirán 146.000 toneladas anuales de litio metálico, hidróxido de litio, ácido bórico, bromuro puro y bromuro de sodio. Se prevé que el gigante asiático para 2025 va a necesitar cerca de 800.000 toneladas de litio anuales. Según el documento, se estableció también el aprovechamiento del carbonato de litio para la obtención de otros productos que forman parte de la industrialización y que será realizada en sociedad.

ALIBABA - CHINA



Aliexpress acerca posiciones con El Corte Inglés en 2020.

A partir de 2020, las compras de Aliexpress se podrán recoger en la española El Corte Inglés. El gigante chino de *e-commerce* está abriendo nuevos acuerdos con el *retail*, más allá del ámbito logístico, los sistemas de pago o los servicios en la nube. “A principios de 2020, los clientes de Aliexpress podrán recoger ya sus pedidos en los centros de El Corte Inglés”, aseguró William Wang, director general de la firma china en España y Portugal. El directivo explicó que, entre los proyectos lanzados en los últimos meses del año, la compañía busca ofrecer ayuda a las empresas españolas para vender en China o Rusia. “Queremos ser un socio para que las empresas salgan a vender a otros países”, dijo, y destacó que el foco está en integrar en la plataforma cada vez más con empresas españolas y trabajar con ellas para mejorar la oferta local. Wang cree que existe mucho margen para incrementar la oferta: “En el futuro quizá podríamos vender comida y enviártela a tu casa”. En agosto, Aliexpress abrió en las proximidades de Madrid su primera tienda física en Europa. Según trascendió, la firma está ultimando su segunda apertura en Barcelona.

FALABELLA - CHILE



Falabella abre centro de distribución en Perú. Con una inversión de 38 millones de dólares, Falabella abrió un centro logístico que abastecerá productos de su línea blanca a Falabella, Tottus, Sodimac y Maestro en Lurín (Perú). Además, permitirá atender a los consumidores en los diferentes canales de venta *online* y física. El establecimiento cuenta con 38.000 metros cuadrados sobre una superficie de 100.000 metros cuadrados de superficie, ubicada en la Ciudad Industrial Necrópolis. El director general de la firma, Alex Zimmermann, destacó que el nuevo centro de distribución se caracteriza por ser eco-amigable, por lo que será el primer centro logístico en el país andino en recibir la Certificación Leed. Se espera que el emprendimiento reduzca los costos operativos y acelere los plazos de entrega. Según Zimmermann: "El sistema logístico es un elemento fundamental para atender las tiendas y a cada uno de los clientes con la rapidez que demandan".

WHATSAPP - EE UU



WhatsApp

WhatsApp ayudará a las empresas a vender sus productos. La popular aplicación de *chat* habilita una función para que las pequeñas empresas puedan presentar su catálogo de productos dentro de la propia *app*. La compañía decidió implementar esta nueva función, que permitirá a los usuarios ver el catálogo completo directamente desde WhatsApp. Ahora las empresas podrán añadir información sobre cada uno de los artículos de sus catálogos, como el

precio, una fotografía, la descripción e incluso el código del producto. Esto hace que los dueños de negocios se vean más profesionales y mantiene a los clientes involucrados en el *chat* sin tener que visitar un sitio *web*. La aplicación ya está disponible para empresas que usan WhatsApp Business para Android e iPhone en Alemania, India, Brasil, Indonesia, México, Estados Unidos y Reino Unido. Según la firma, se implementará pronto en el resto del mundo.

MERCADO LIBRE - ARGENTINA



mercado libre

Mercado Libre planea lanzar su propio supermercado *online* en Argentina. La compañía argentina tiene previsto comenzar a vender *online* productos de consumo masivo en Argentina y Brasil el próximo año. Mercado Libre –la firma argentina de mayor cotización bursátil– ya vende este tipo de productos en México y planea expandir el área a los sudamericanos, considerando el crecimiento del centro de distribución de Buenos Aires. Actualmente, está operando un depósito de 35.000 metros cuadrados sobre una superficie de 65.000 metros cuadrados. Según el director de *marketing*, Sean Summers, las instalaciones estarán completamente operativas en enero de 2020. En México, la empresa lanzó la categoría Supermercado libre de manera piloto en 2018 y oficialmente está operando desde el mes de abril de 2019. Si bien la propuesta dispone de cerca de 20.000 ítems, Summers aclaró que Mercado Libre no tiene previsto incluir comida para llevar. Además, destacó que se proyecta mejorar el tiempo de entrega en Argentina con la meta de entregar 80% de las compras en menos de 48 horas en los próximos 18 a 24 meses. ■

IAG - ESPAÑA



IAG controlará la conexión iberoamericana con Europa. El grupo IAG, conformado por las aerolíneas Iberia, Vueling y British Airway, acordó con el *holding* empresarial español Globalia la compra de Air Europa por 1.000 millones de euros.

La operación reforzará la posición de la empresa en los vuelos nacionales en España y la convertirá en líder en las conexiones entre Europa e Iberoamérica. La cuota de mercado en esas rutas pasará del 19% al 26%. "Una vez nos unamos, vamos a poder ofrecer 1.000 conexiones nuevas entre Europa y América", señaló la compañía.

Globalia tiene una ruta con Asunción (Paraguay), por ejemplo, que conecta con unos 17 destinos europeos y 24 españoles a través del aeropuerto de Madrid. Solo esas conexiones se multiplicarán por dos, incluyendo las rutas que Iberia, Iberia Express y Air Nostrum ya operan desde Barajas. Inicialmente, Air Europa mantendrá su marca y se integrará como centro de ingresos autónomo en la estructura de Iberia.

Según el consejero delegado del grupo, Willie Walsh: "La adquisición de Air Europa supone añadir a IAG una nueva aerolínea competitiva y rentable, haciendo de Madrid un *hub* europeo líder".

La complementariedad de las rutas y la capacidad de reforzar el aeródromo madrileño como un *hub* internacional son dos de los argumentos que la aerolínea de IAG va a utilizar para defender la compra de Air Europa ante Competencia, que tiene que dar el visto bueno. Por otro lado, también prevé argumentar que el mercado único en el que compite con gigantes como Lufthansa el crecimiento es relativo, y que Barajas tiene aún capacidad para dar cabida a nuevas aerolíneas y más oferta.

"El mercado español es muy competitivo y la incorporación de Air Europa es buena para el *hub* de Madrid, que podrá mejorar sus conexiones con Asia; para los clientes, que dispondrán de más destinos, horarios y flexibilidad", aseguró el presidente de la compañía, Luis Gallego, a la prensa local.

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.



El impacto de los acuerdos comerciales regionales

El trabajo busca evidenciar que la firma de acuerdos comerciales deriva directamente en la mejora de las condiciones de acceso de los productos en otros mercados y, además, incentiva el mayor intercambio comercial. Entre los acuerdos, el informe destaca los realizados a nivel intrarregional. Estos han permitido recanalizar el comercio existente hacia el uso de las preferencias arancelarias previstas en los mismos, fortaleciendo el proceso de integración regional. Actualmente, precisa el documento, los acuerdos comerciales vigentes entre los países miembros explica el 20% de las fluctuaciones en el comercio intrarregional. Y anima a reflexionar acerca del amplio margen que tienen estos mecanismos para profundizar el proceso de integración comercial. Según los autores: “El otorgamiento de preferencias que impliquen un incremento de un punto porcentual en el grado de liberalización comercial genera un incremento del 1,75% en el comercio intrarregional”.

Autor: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) | **Editor:** ALADI | Montevideo (Uruguay), 2019 | aladi.org

Los incentivos fiscales a las empresas en América Latina y el Caribe

Con miras en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), esta investigación analiza la política de incentivos tributarios a las empresas en los países de América Latina. El objetivo del estudio es promover el debate y revisar los instrumentos a fin de configurar un sistema tributario que impulse la inversión dentro de los parámetros esperables por los ODS. Según informes realizados por diferentes organismos, los incentivos en la región no son eficientes en función de los costos, con los cual los autores aseguran que existe “un amplio espacio para avanzar en su racionalización y mejorar su diseño y focalización”. La publicación brinda, además, lineamientos para examinar los incentivos tributarios y recomienda evitar aquellos no basados en los gastos de inversión. En ese sentido, aconseja no confundir estos beneficios con las *tax holidays*, las exenciones y las alícuotas reducidas, que son muy frecuentes en los países de la región. Para los autores de la publicación, “la efectividad de los incentivos tributarios depende, en gran medida, de una buena gobernanza en su diseño, implementación, seguimiento y evaluación”. Es clave alcanzar el equilibrio adecuado entre un régimen tributario atractivo para la inversión tanto como asegurar los recursos que demanda el gasto público.

Autor: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) - OXFAM | **Editor:** CEPAL | Santiago (Chile), 2019 | cepal.org



IA, el futuro del retail

Esta guía didáctica permite acercarse a la Inteligencia Artificial (IA), entendida como la simulación de procesos de inteligencia humana por parte de máquinas o *software*, y analiza cómo esta está revolucionando el sector *retail*. Según Cisco, en 2020 habrá más de 50 millones de dispositivos móviles conectados. Hoy, los cambios en el consumo y los avances tecnológicos hacen que los locales físicos tengan que reinventarse, ofreciendo nuevas experiencias a los clientes. Para lograr ese objetivo, las empresas están comprendiendo el valor de los datos y su interpretación. “El potencial de estos datos es lo que está impulsando el desarrollo de la IA y está conformando lo que se denomina la 4ª revolución industrial”, asegura el estudio. La IA viene a convertir los datos en conocimiento, facilitando la resolución de problemas, anticipando comportamientos y minimizando riesgos en la toma de decisiones en tiempo real. Accesible a la lectura, este libro es una herramienta adecuada para repensar cualquier tipo de negocio.

Autor: Adigital | **Editor:** ICEX, Adigital y Spain Fashion | Madrid (España), 2019 | adigital.org

Profesiones digitales 4. Estrategias digitales y unicornios. Vendiendo en los mercados de Internet



Profesionales digitales se ha vuelto un clásico de Fundación Telefónica, en el que se puede encontrar información práctica para generar ingresos a través de Internet. La economía digital llegó para quedarse, el desafío es avanzar en el camino correcto para adaptarse a las nuevas necesidades del mercado. “La empresa digital tiene por encima de cualquier otro principio el de satisfacer las necesidades del usuario o cliente potencial, generalmente aplicando una solución innovadora basada en tecnología”, explica el autor. Con un lenguaje sencillo, cada edición acerca al lector una disciplina en la que desarrollan su actividad los trabajadores con los puestos más vanguardistas, convirtiéndose en una guía profesional para pensar el abordaje de la economía digital y sus demandas.

Autor: Pablo Rodríguez Canfranc
Editor: Fundación Telefónica
Madrid (España), 2019

fundaciontelefonica.com



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



CIFTIS, el encuentro clave para los servicios globales

 En su última edición, este encuentro internacional creado para facilitar los intercambios de servicios superó los 529.000 millones de dólares en contratos firmados previstos y renovó la cita para 2020.

La Feria Internacional de Comercio de Servicios de China (CIFTIS, por su sigla en inglés) en menos de 10 años se convirtió en la plataforma integral de comercio de servicios más grande del mundo.

Este encuentro internacional se creó para facilitar los intercambios de servicios financieros, de comunicación, culturales y jurídicos, a través de su plataforma de negociación comercial y de foros del sector.

Desde 2012, la CIFTIS ha atraído un total de 646.000 comerciantes de 179 países y regiones de todo el mundo. A partir de este año, el encuentro pasó de ser un evento bienal a ser anual.

La CIFTIS 2020 se llevará a cabo del 28 de mayo al 1 de junio en Beijing, ciudad que se convirtió en piloto del comercio de servicio y donde ya se han establecido alrededor de 640.200 nuevas empresas, de las cuales el 95,2% están dedicadas a servicios.

En 2015, el Consejo de Estado aprobó oficialmente que esa sea la única ciudad piloto integral para la expansión y apertura del sector del comercio de servicios en el país, brindando nuevas oportunidades para las empresas tanto nacionales como extranjeras.

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), los servicios se convirtieron en el componente más dinámico del comercio internacional y el último informe del organismo asegura que continuarán expandiéndose en las siguientes décadas.

En promedio, los servicios representan actualmente cerca de la mitad del PIB mundial y, para las economías desarrolladas, la proporción oscila en tres cuartas partes del PIB, con una proporción cada vez mayor en las economías en desarrollo, señala la OMC.

Como plataforma integral de comercio de servicios, la CIFTIS realizó contribuciones positivas en la promoción del comercio internacional en los intercambios y la cooperación de servicios.

Según Jin Xu, presidente de la Asociación de Comercio Internacional de China con sede en Beijing, el volumen de importación y exportación del co-

Los valores de la CIFTIS

440.000 metros cuadrados

10.200 expositores

912 actividades

179 países y regiones

529.330 millones de dólares en contratos firmados

1.062.000 visitantes

mercio de servicios de China ocupó el segundo lugar en el mundo durante cinco años consecutivos.

China impulsará el desarrollo de su comercio de servicios

La Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma de China y la Administración Estatal para la Regulación del Mercado emitieron una nueva directriz para fortalecer la industria de servicios el pasado mes de octubre.

Como consecuencia, se espera que en los próximos cinco años este sector de la economía china aporte más servicios estandarizados a una mayor escala y que funcione de manera más interconectada.

Un informe de la Asociación de Comercio Internacional y Cooperación Económica de China (CAITEC), adjunta al Ministerio de Comercio del país asiático apunta que China ocupa el vigésimo puesto en el índice de desarrollo integral del comercio de servicios.

Según, Gu Xueming, director de la CAITEC, para julio de 2019, el valor añadido del sector servicios ocupaba el 54,9% del PIB y contribuía con el 60,3% al crecimiento económico nacional.

Durante los primeros ocho meses del año 2019, el comercio de servicios de China alcanzó los 3,57 billones de yuanes (cerca de 505.000 millones de dólares), dando como resultado un 3% de crecimiento interanual.

Los datos confirman los resultados del último informe presentado durante el Foro Público de la OMC, que destaca que el comercio de servicios puede ayudar a los países a impulsar el crecimiento económico, además de ampliar la competitividad de las empresas locales y promover la inclusión.

Para la OMC, el comercio de servicios creció 5,4% anual desde 2005 –principalmente el vinculado a información e investigación y desarrollo–, mientras que el comercio de bienes lo hizo en 4,6% en promedio.

En ese sentido, las autoridades chinas establecieron principios primarios para



que la industria de servicios asegure un desarrollo de alta calidad y preserve estándares de innovación para incitar la integración intersectorial, profundizar la reforma y expandir la apertura.

Consejo global de servicios

En el marco de la CIFTIS se celebra la Cumbre Global de Servicios (GFS), este año organizada por la UNCTAD en cooperación con el Ministerio de Comercio de la República Popular de China y el municipio de Beijing.

Entre los principales acuerdos, los participantes establecieron desarrollar servicios en ingeniería y programación en sectores como energía o telecomunicaciones.

Además, como resultado del encuentro se creó el Consejo Global de Servicios, un foro que servirá como marco informal y abierto para los gobiernos y empresarios.

El nuevo tribunal contribuirá a mejorar la comprensión del papel clave de los servicios como eje de las economías del mundo y ofrecerá asesoramiento en la identificación de temas y conflictos.

Al respecto, el primer ministro chino, Li Keqiang, aseguró que los servicios representan, en todo el mundo, la más importante oportunidad de crecimiento y modernización buscada por los países en desarrollo. ●

¿Por qué una empresa extranjera tiene que participar de la CIFTIS?

- 1 Proporciona conexión con los recursos gubernamentales y comerciales de alto nivel de China.
- 2 Promueve el intercambio en profundidad con las asociaciones industriales a nivel estatal de China.
- 3 Establece una plataforma para que los países y regiones realicen presentaciones y promociones.
- 4 Crea una plataforma de cooperación para organizaciones internacionales.

Trade cities

1. Mérida, México

Mérida busca en China el medio para convertirse en modelo de ciudad inteligente. El pasado mes de octubre, las autoridades del Ayuntamiento de Mérida firmaron ocho cartas de intención con diferentes localidades chinas para convertir a Mérida en modelo de ciudad inteligente. Entre ellas, Shenzhen, conocida como “la Silicon Valley de China”, donde fueron recibidos por representantes de la firma Huawei. Según el alcalde mexicano, Renán Barrera Concha, la desarrolladora de tecnología se está abriendo a otros mercados y productos, enfocando su tecnología en la transformación de ciudades inteligentes. En ese sentido, representantes de la empresa china visitarán la ciudad mexicana en 2020 para hacer un diagnóstico. Por otro lado, en su visita a Shanghái, Barrera Concha cerró un convenio de entendimiento con una empresa de energías limpias que tiene intención de invertir alrededor de 150 millones de dólares.

2. Londres, Reino Unido

Londres, la mejor para viajes de negocios en 2020. Así fue nombrada la capital de Reino Unido, según la lista de la revista CEOWorld para 2020. Seguida de Nueva York y Hong Kong, Londres se impuso como la mejor ciudad del mundo para viajes de negocios en 2020. La publicación especializada clasificó y analizó las 190 ciudades más pobladas del mundo, evaluando oportunidades de inversión, infraestructura empresarial, disponibilidad de fuerza laboral, acceso a hoteles y transporte, tamaño de centros de convenciones y establecimientos de comida y entretenimiento. Los viajes de negocios son esenciales para los ejecutivos de cualquier compañía, según la consultora Clip Mgmt. En el caso del *business travel*, en los sectores donde más crecerá el gasto en viajes será en el del agua, el de las actividades administrativas y el de la energía. En cuanto a eventos, los sectores que se muestran más positivos son el inmobiliario, el energético y el del agua.

3. Bangalore, India

Bangalore se posiciona como uno de los centros de la industria de la tecnología en India. Bangalore, la capital del estado de Karnataka, actualmente ocupa el primer puesto como destino de la inversión en tecnología de la información (TI) en India. En 2017, la ciudad recibió más de 48.000 millones de dólares en el sector, ubicándose en pocos años entre los grupos de tecnología más grandes del mundo. Hoy, Bangalore

acoge aproximadamente el 80% de las compañías mundiales de TI y representa casi el 34% de las exportaciones totales de TI de la India. De las 871 empresas multinacionales que tienen sus centros de investigación y desarrollo (I+D) en el país asiático, 700 están ubicadas en la ciudad de Bangalore. Los datos dejan en evidencia la posición de la urbe como la más propicia para el crecimiento del sector, que cuenta con un entorno regulatorio favorable, incentivos fiscales efectivos y una serie de iniciativas políticas que apoyan a la industria.

4. Vigo, España

Vigo se convierte en el nuevo centro multimodal de XPO Logistics. Con más de 3.000 metros cuadrados, XPO Logistics duplica el espacio del que dispone en Vigo para impulsar el servicio a sus clientes en la provincia de Pontevedra. Se espera que la nueva instalación promueva el servicio de última milla de la compañía. El nuevo centro cuenta con 22 muelles que facilitan las operaciones de los diferentes servicios ofrecidos por XPO Logistics a nivel nacional e internacional. “Estamos encantados de expandir nuestro servicio Last Mile en España”, resaltó Massimo Marsili, director general de transporte-Iberia en la firma. Según el funcionario, se está utilizando la amplia experiencia en entregas de última milla para aumentar la confianza de los clientes del sector *e-commerce* y *retail*. La empresa tiene tres centros de distribución en Galicia, con los que ofrece servicios a más de 1.000 clientes, mayormente de los sectores de la alimentación, bebidas y automoción.

5. Tel Aviv, Israel

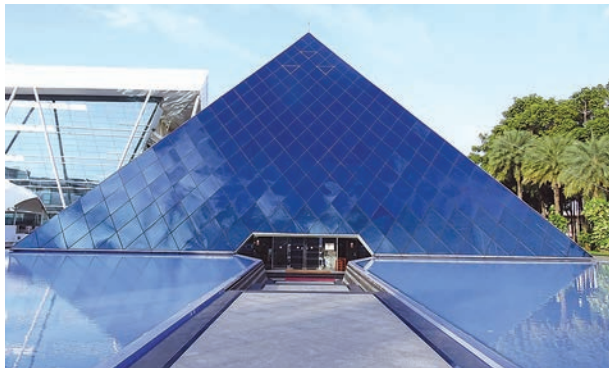
El Estado de Arizona abre oficina comercial en Tel Aviv. El representante del Estado de Arizona (EE UU), Doug Ducey, anunció la apertura de su primera oficina comercial en Tel Aviv (Israel). El nuevo centro de negocios servirá de plataforma para incrementar el comercio internacional y las oportunidades de inversión extranjera directa entre ambos países. “Esperamos que aumente la colaboración en nuestras áreas de fortalezas compartidas: tecnología e innovación, investigación y desarrollo, entre otras”, señaló Ducey. El comercio bilateral entre ambas regiones superó los 460 millones de dólares en 2018, duplicando los niveles desde 2010. Actualmente, cerca de 20 empresas de origen israelí operan en Arizona, en industrias como la aeroespacial y los servicios financieros. Desde esa oficina, se buscará fortalecer sectores vinculados al agua, la tecnología y las nuevas empresas y la defensa.



Mérida, México



Londres, Reino Unido



Bangalore, India



Vigo, España.



Xi'an, China



Kuala Lumpur, Malasia



São Paulo, Brasil



Bilbao, España.

6. Xi'an, China

La ciudad china de Xi'an se suma a las rutas aéreas de Turkish Airlines. El acuerdo para que Turkish Airlines iniciara sus vuelos a la ciudad de Xi'an fue firmado el pasado mes de noviembre entre el presidente del consejo de administración de la compañía y el secretario del comité del partido de la provincia de Shaanxi. Los vuelos a la ciudad china tendrán tres frecuencias semanales a partir de este mes y se incrementarán gradualmente a medida que comience el horario de verano de 2020. La aerolínea, que comenzó a operar vuelos en China en 1999 con destino a Beijing, alcanza con Xi'an su cuarto destino en el país asiático. Además, Turkish Airlines también opera vuelos a Shanghai y Guangzhou. Con lo cual, la empresa turca cerrará el año con 24 vuelos semanales a China.

7. Kuala Lumpur, Malasia

Kuala Lumpur crece como destino de viajes de negocio. Según *Booking Business*, Kuala Lumpur se ubica junto a Berlín y Ámsterdam entre los tres destinos emergentes MICE (*meetings, incentives, conferencing, exhibitions*). Aparte de gozar de una ubicación central en el Sudeste Asiático, Kuala Lumpur es el centro cultural, económico y financiero de Malasia. La ciudad alberga las famosas Torres Petronas, dos edificios de 88 pisos donde funcionan las sedes de empresas como Petrolíam Nasional Berhad, Shell y Exxon Mobil, entre otras multinacionales. En los últimos años, el turismo de conferencias y convenciones ha crecido debido a que delegados de empresas de India, China y Oriente Medio han aprovechado la ubicación estratégica de la ciudad en sus rutas comerciales. Además, la ciudad cuenta con un mercado inmobiliario muy abierto y competitivo, donde los extranjeros pueden poseer casas de dominio propio. Los propietarios extranjeros incluso pueden obtener una visa a largo plazo a través del programa Malasia Mi Segunda Casa (MM2H).

8. São Paulo, Brasil

Abre en Brasil el primer Centro de Distribución Inteligente para América del Sur de Schneider Electric. Ubicado en Cajamar (São Paulo), el nuevo Centro de Distribución de Schneider Electric espera convertirse en un modelo de referencia para la digitalización y el desarrollo de la industria 4.0. Se trata del tercer centro de estas características inaugurado por la compañía europea en 2019, después de China y Australia. Con una superficie cercana a los 21.000 metros cuadrados, la infraestructura atiende los pedidos nacionales, así como de Argentina, Chile, Colombia, Perú y

México. "La región de Cajamar es un centro industrial estratégico para las operaciones de Schneider Electric", aseguró Marcos Matias, Presidente de Schneider Electric Brasil. Además, el centro de distribución cuenta con un Innovation Hub, que funcionará como un *showroom* abierto a clientes, *partners* e instituciones educativas donde podrán desarrollar habilidades y talentos. El Innovation Hub está equipado con tecnologías para la monitorización en tiempo real del consumo eléctrico, cámaras, iluminación y automatización de persianas, gestión del consumo de agua e información de control operacional, entre otros.

9. Fukushima, Japón

Fukushima apuesta por la energía renovable. Tras la catástrofe nuclear de 2011, el gobierno de Fukushima (Japón) busca transformar el lugar en un centro de energía renovable con plantas de energía solar y eólica. Considerando que las tierras de cultivo ya no son aptas debido a la radiactividad, las autoridades planean crear once plantas de energía solar y 10 plantas de energía eólica. Según las estimaciones, la capacidad de generación de energía de esas instalaciones será de alrededor de 600 megavatios, es decir, dos tercios de una planta de energía nuclear. La electricidad producida se enviará al área metropolitana de Tokio. Además, está previsto que se construya la red de transmisión que enviará la energía hasta la red de distribución de Tokyo Electric Power (TEPCO), la firma que gestionaba la central nuclear. Se espera que el proyecto esté concluido para 2024 y se sume a la alimentación de la región con energía 100% renovable para 2040.

10. Bilbao, España

Bilbao entra en el top 10 de las ciudades inteligentes a nivel mundial. La capital vizcaína fue reconocida como una de las 10 ciudades más inteligentes del mundo, según el primer *ranking* realizado por el Centro de Competitividad Mundial IMD (IMD, World Competitiveness Center). El informe fue elaborado en colaboración con la Universidad de Tecnología y Diseño de Singapur, analizando diferentes parámetros como el Índice de Desarrollo Humano (IDH), la esperanza de vida al nacer o los años de escolaridad. "Bilbao no es solo transformación urbana, es más, y, sobre todo, y muy importante, es una ciudad que tiene presente y futuro", declaró Juan Mari Aburto, alcalde de la ciudad. En ese sentido, adelantó que la ciudad va hacia un escenario en "el que la calidad de vida vinculada a la digitalización de la ciudad, a las nuevas tecnologías y sus aplicaciones, está haciendo que sus habitantes cada vez vivan mejor". ■



Beijing, la capital del norte

 Situada al norte de la Llanura del Norte de China, la capital del país está rodeada de montañas al norte, noreste y oeste, mientras que se encuentra próxima al mar Bohai en el sudeste.

Llamada “la capital del norte”, arrasada y reedificada por Kublai Kan, Beijing fue nombrada capital del imperio en la dinastía Ming, hace más de 500 años.

De un tamaño importante históricamente, la metrópolis abarca hoy un área total próxima a los **16 millones de kilómetros cuadrados**, contando 16 distritos administrativos y una población permanente de **21 millones de personas**, lo que la convierte en la **cuarta ciudad más poblada del país**, luego de Shenyang, Shanghai y Hefei. Si bien la mayor parte de sus residentes pertenecen a la etnia

Han, representantes de las 56 etnias chinas residen en la capital.

Una ciudad preparada con constante inversión

Las potencialidades de Beijing son exponenciales cuando se toman en cuenta las inversiones realizadas para su desarrollo. **En 2017 se realizó en Beijing una inversión de 42.000 millones de dólares en infraestructura**, un incremento del 33,4% con respecto a 2016, representando el 24,4% de la inversión de la ciudad en bienes fijos. Entre ellos, la inversión en transporte fue de 19.000 millones de dólares, un incremento del 36,4%, en servicios públicos fue de 9.000 millones de dólares, representando un incremento del 7,9%, mientras que en energía fue de

7.000 millones de dólares, un incremento del 51,4%.

Beijing es el centro del transporte de China, con una red externa avanzada que incluye ferrocarriles, rutas aéreas y autopistas. El Aeropuerto Internacional Beijing-Capital (BCIA) es el mayor aeropuerto y el de mayor capacidad del país. Cuenta con tecnología de avanzada y amplios prospectos para el futuro. A su vez, su importancia radica en que une mercados de aviación asiático-europeos con los estadounidenses. **Casi 1.700 vuelos de 94 aerolíneas conectan Beijing con 244 ciudades en 54 países** todos los días a través del BCIA. Actualmente, un nuevo aeropuerto se encuentra bajo construcción. Al ser terminado, las dos terminales tendrán una capacidad conjunta de 150 millones de pasajeros anuales.

Por otro lado, Beijing es el *hub* de transporte ferroviario doméstico más grande de China, con varias de las mayores estaciones, como la estación ferroviaria de Beijing, y otras al oeste, al sur y norte de la ciudad. Las líneas Beijing-Guangzhou, Beijing-Shanghai, Beijing-Kowloon, Beijing-Baotou y Beijing-Tonliao conectan la ciudad con las capitales más importan-

En 2017 se realizó
en Beijing una
inversión de 42.000
millones de dólares en
infraestructura

FOTO: SEANPAVONEPHOTO/ISTOCKPHOTO.COM



Estación ferroviaria de Beijing



Sede de la Televisión Central de China



Interior del Beijing Daxing International Airport

tes dentro de China. Hay también trenes internacionales que conectan Beijing con Corea del Norte, Rusia y Mongolia. A su vez, ocho autopistas rápidas comienzan o pasan por Beijing. Estas, sumadas a las 12 autopistas nacionales que comienzan allí, forman una red de transporte terrestre que tiene a la ciudad como centro.

La importancia de su conectividad no radica solo en su conexión con el mundo o el resto del país: existen 881 líneas de autobús en Beijing, marcando un incremento de cinco líneas en comparación con el último año. Operan 24.131 autobuses públicos que sirven a 3,33 billones de pasajeros.

Una de las prioridades de las inversiones en la ciudad es el desarrollo de servicios públicos. En esa área se destacan datos como, por ejemplo, el consumo de agua corriente, que en 2017 fue de 1.160 millones de metros cúbicos, un incremento de 7,3% sobre el total del año pasado. La industria y la construcción usaron 130 millones de metros

cúbicos, mientras 400 millones fueron usados en las industrias de servicios y 600 millones en casas particulares. El consumo de electricidad fue de 106,69 billones de kilowatts por hora, un incremento del 4,6% en el último año. Dentro de los mismos, 84,88 billones de kilowatts fueron usados en producción industrial, 21,8 billones en hogares urbanos y rurales. La cantidad de gas licuado de petróleo utilizado fue de 473.000 toneladas, una merma de 5,4% sobre el año anterior, la cantidad de gas natural fue de 16.300 millones de metros cúbicos, un incremento del 2,5%. Para el final de 2017, Beijing contaba con 9,45 millones de hogares con gas, un incremento del 4,9%. Los que utilizaban gas natural fueron 6,45 millones, presentando un incremento de 7,8%. Para esa misma fecha, los gasoductos contaban con 27.500 kilómetros, un incremento del 16,7%.

Por otro lado, Beijing cuenta con importantes servicios de comunicaciones,

10 razones para invertir en Beijing

01. Es el centro político de China, lo que permite un fluido intercambio con las autoridades.
02. Es una de las ciudades chinas con más recursos educacionales y culturales.
03. Con 21 millones de personas, es la cuarta ciudad más poblada del país.
04. Cuenta con importantes aeropuertos, conexiones ferroviarias y autopistas.
05. Es la capital financiera de China, los bancos más importantes tienen sede en la ciudad.
06. Focaliza sus esfuerzos a futuro en lograr una infraestructura sustentable.
07. La ciudad presta especial atención al orden interno.
08. El poder de compra de sus residentes está en amplia expansión.
09. Sus centros industriales permiten una lógica de clúster de inversión.
10. La iniciativa Belt and Road la convertirá en uno de los focos del comercio mundial.

que hacen de la ciudad un lugar ideal para invertir e instalar negocios. En 2017, los servicios totales de correos y telecomunicaciones alcanzaron los 18.300 millones de dólares, un incremento del 36,1% sobre el año anterior en precios comparables. Dentro de los mismos, el negocio del correo reportó 5.940 millones de dólares, un incremento del 8,6%; las telecomunicaciones en total presentaron ganancias de 12.360 millones de dólares, un incremento del 55%. El incremento en telefonía se hizo notar fuertemente: Beijing tenía 6.494 millones de suscriptores a telefonía fija, a su vez, los usuarios de telefonía móvil representaron 37,5 millones. Hubo 5.416 millones de hogares con acceso a Internet, un incremento del 13,9%. El acceso al tráfico móvil de Internet fue de 780 millones G. Podemos resumir las inversiones de Beijing por sectores de la siguiente manera: 16,8% en energía, 23,3% en servicios públicos, 6,5% en transporte, 44,5% en correos y telecomunicaciones y 8,9% en otras áreas.

Inversión en Infraestructura

En 2017 se realizó en Beijing una inversión de **42.000 millones de dólares** en **infraestructura**, representando el 24,4% de la inversión de Beijing en bienes fijos. Entre ellos, la inversión en:

Transporte

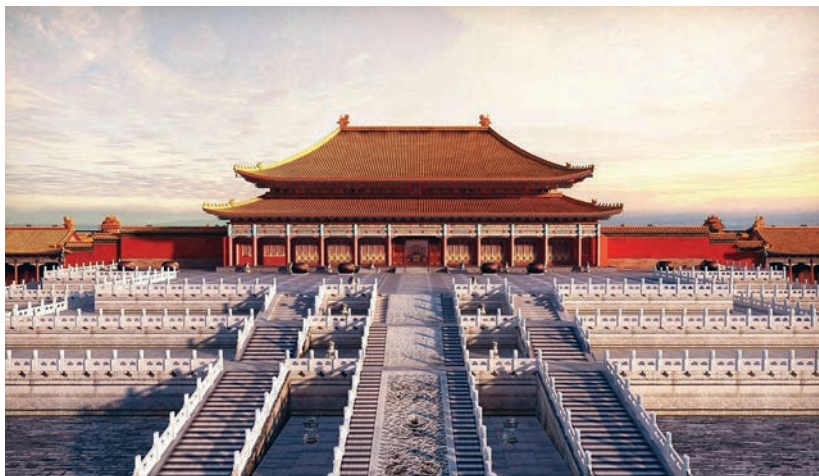
19.000
millones de dólares

Servicios
públicos

9.000
millones de dólares

Energía

7.000
millones de dólares



Museo del Palacio Imperial

Una nueva y pujante economía

Beijing centra sus esfuerzos en lo que la ciudad llama las “cinco fuerzas”, que han sido lanzadas conjuntamente. Se trata de estrategias para mejorar su competitividad en cinco áreas: **creación de conocimiento, innovación regional, innovación industrial, innovación de talentos e innovación internacional.**

En 2017, el valor añadido de la nueva economía en Beijing alcanzó los 128.000 millones de dólares, un incremento de 9,8% sobre el año anterior, alcanzando el 32,4% del PIB regional de la ciudad. Sobre este valor agregado, el de la manufactura farmacéutica e industrias de protección del medio ambiente aumentaron 18,8% y 25% respectivamente.

En la ciudad se construirá un centro nacional de innovación en ciencia y tecnología de influencia global, liderando el rápido crecimiento de la economía representado por nuevas industrias, nuevos formatos y nuevos modelos de negocios, optimizando continuamente la estructura económica y expandiendo nuevas áreas y espacios para el desarrollo económico.

Centrándose en la construcción del Centro de Innovación de Ciencia y Tecnología Nacional, la plataforma de “Tres ciudades y un distrito”, el conjunto de industrias “Verdes, Intensivas e Inteligentes” y los requerimientos de desarrollo junto con la “Reducción de escalas, reducción de cargas y reducción de cantidades”, Beijing ha seleccionado **10 industrias claves para el desarrollo:** la

industria de nueva generación de tecnología de la información, la industria de ahorro de energía y protección ambiental, la industria de vehículos inteligentes de nuevas energías, la industria de nuevos materiales, la industria de inteligencia artificial, la industria del *software* y de la información y la industria de servicios en ciencia y tecnología. Los mayores objetivos de desarrollo requieren que las capacidades de innovación tecnológica sean fortalecidas de una manera completa, las empresas guías deben ser más fuertes, mejores y más grandes, al igual que debe ser mejorada su calidad y eficiencia para el desarrollo económico.

En los últimos años, las empresas emergentes estratégicas de manufacturas de alta tecnología se desarrollaron rápidamente y jugaron un importante papel en el proceso de transformación industrial, con un crecimiento que llegó casi al 50%. Vale mencionar el papel que cumple la **industria de inteligencia artificial y circuitos integrados**, la primera tiene la ventaja de ser pionera en su campo y se espera que sea líder mundial, la segunda está acumulando experiencia de desarrollo y se encuentra en camino a superarse.

Una economía al ritmo de Internet

El rápido crecimiento de nuevas industrias representadas por industrias estratégicas y de alta tecnología está guiando la transformación y mejorando la economía de Beijing. La fuerza motora detrás del impulso es el plan de **convertir la ciudad**

en un centro de innovación nacional en ciencia y tecnología.

La llegada de Internet ha marcado una nueva forma de pensar en el desarrollo de las industrias en todo el mundo. En Beijing, la combinación de economía por Internet y economía real se están desarrollando rápidamente de manera conjunta. Las ventas y finanzas a través de Internet crecen de manera exponencial, al igual que otras industrias relacionadas a la red.

Al mismo tiempo, el desarrollo de tecnologías de la información ha cambiado los hábitos de la gente: sus viajes, el alquiler de autos, las nuevas opciones de *carpooling*, y opciones de manejo han sido integrados a la vida diaria, al igual que la educación *online*, que, junto con los tratamientos médicos *online*, mejoran la utilización de recursos, permitiendo compartirlos.

En cuanto al consumo, **la venta online se ha convertido en un importante motor en el mercado de bienes de consumo.** En 2017, el volumen de ventas por Internet alcanzó los 33.000 millones de dólares, un incremento de 10,9% sobre el año anterior.

Beijing presenta una combinación ideal de conocimiento y cultura, sumados al concepto de economía compartida. A través de **Internet+** —un plan oficial para impulsar la economía a través de la digitalización avanzada— el conocimiento en pagos y *webcasts* se han convertido en áreas de desarrollo, gracias a los juegos *online* y a las novelas por Internet.

FOTO: DR



Zhongguancun City Complex, en Haidian District

Basándose en la cultura tradicional, joyas culturales de China han cobrado nueva vida gracias a Internet+. Por ejemplo, el Museo del Palacio Imperial lidera con diversas actividades online, que acercan a toda la comunidad los misterios y secretos de más de 5.000 años de historia.

En 2017, el valor agregado de las industrias culturales y creativas de Beijing llegó a 55.000 millones de dólares, un incremento del 9,2% anual a precios corrientes, representando el 14% del PIB de Beijing. Dentro de estas industrias, las de más rápido crecimiento fueron: turismo, entretenimiento, servicios de diseño, redes de software y de computación, alcanzando tasas de crecimiento de más del 12%.

Internet acelera las posibilidades de inversión financiera. Las autoridades regulatorias han fortalecido la supervisión de la industria financiera en Internet, llevando su desarrollo hacia la estandarización. La industria ha llegado a ganancias de 890 millones de dólares, presentando incrementos de 35,1% sobre el mismo período.

Por último, las nuevas maneras de hacer negocios no se presentan mediadas únicamente por la acción gubernamental o las grandes empresas: **la innovación guía el desarrollo sustentable y promueve el desarrollo de alta calidad económica.**

Para el final de 2017 había más de 400 organizaciones de servicios de doble creación, incluyendo espacio público, incubadoras, aceleradores y parques universitarios de ciencia y tecnología. Estas

organizaciones de servicios tienen un área total de 6 millones de metros cuadrados y más de 30.000 empresas y equipos. En 2017, se fundaron en la ciudad más de **194.000 nuevas empresas**, de las cuales 70.000 fueron parte de la industria de servicios de ciencia y tecnología, representando el 36,6% de todas las nuevas empresas.

El centro tecnológico Zhongguancun representó un rol guía en innovación, las **empresas gacela** —empresas jóvenes con un crecimiento de entre el 20 y el 25% anual— y **unicornio** —compañías emergentes de base tecnológica, que en muy poco tiempo llegan a tener una cotización mayor a los 1.000 millones de dólares— en la zona representaron tres cuartos de las desarrolladas en todo el país. La Zona de Muestra de Zhongguancun cuenta con 79.000 patentes de inventos efectivos, representando más del 60% de las patentes obtenidas en Beijing. Las ganancias totales del área se incrementaron en un 11,1% a lo largo del año, de los cuales 9,9% fue por tecnología. Estas innovaciones son el resultado de la continua optimización del ambiente de “Doble creación” de Beijing. Actualmente, hay más de 10.000 inversores activos en Zhongguancun, representando el 80% del país.

Vivir en Beijing, cada día mejor

Las grandes ciudades elegidas en el mundo por empresas e inversores deben ofrecer, además de un adecuado contexto de negocios, buenas condiciones ligadas a la

calidad de vida. En años recientes, el **ingreso de los residentes de Beijing ha aumentado acorde al desarrollo económico**, caracterizado por empleo estable, un incremento en salarios y una suba de los estándares de seguridad social. En la primera mitad de 2018, el ingreso disponible per cápita de los residentes de Beijing alcanzó los 4.404 dólares, un incremento de 8,8% sobre el mismo período del año anterior, reflejando un crecimiento anual del 6,4% luego del ajuste por inflación, que fue 0,5% más alta que el primer trimestre.

Para el fin de 2017, el número de residentes urbanos y rurales que contaban con un sistema de jubilación era de 2.131 millones, al igual que los que participaban en el nuevo sistema médico cooperativo rural, que fueron 1.869 millones. En el mismo año, el número de residentes urbanos que contaban con pensiones fue de 78.000 y el número de residentes rurales con pensiones fue de 44.000, mejorando la calidad de vida de los residentes de manera exponencial.

En términos de industrias culturales, la importancia de Beijing como centro cultural aumenta cada vez más. Para finales de 2017, había 3.375 periódicos registrados, 238 editoriales, 350 unidades de servicios de publicaciones en Internet y 7.598 imprentas. Al final del año, hubo 6 millones de suscriptores a televisión por cable, de los cuales 5 millones correspondieron a televisión digital interactiva en HD.

La oferta audiovisual de la ciudad es más que amplia: **Beijing cuenta con 209 cines, mostrando 2.737 millones de películas con 76.363 millones de espectadores.** Esto representó 500 millones de dólares de recaudación. Se produjeron 350 películas en 2017, mostrando el crecimiento del cine continental chino, y aprovechando un gran mercado interno.

La ciudad continúa aumentando sus capacidades de reacción ante problemas de salud, con **109.860 instituciones médicas y de salud** (incluyendo 732 hospitales), un incremento de 349 entre 2016 y 2017. El número de camas disponibles en ese año era de 121.000, un incremento de 4.000; la cantidad de técnicos de la salud fue de 277.000, de los cuales 106.000 son doc-

tores al igual que 123.000 enfermeras registradas.

A su vez, Beijing lidera a las ciudades chinas en innovación científica y tecnológica. En 2017 se concedieron 107.000 patentes, un incremento de 4,5% respecto del año anterior. En total, se firmaron 81.266 contratos de tecnología, un incremento de 8,4%. El valor de los mismos fue de 63 billones de dólares, un incremento del 13,8%. En 2017 había 58 instituciones regulares de enseñanza superior y 88 instituciones de investigación científica. El incremento puede notarse también en la cantidad de alumnos de posgrados. Se contaron 312.000, con 112.000 admisiones y 85.000 graduados en todo el año. Por otro lado, 92 instituciones regulares de enseñanza superior en Beijing recibieron a 153.000 estudiantes de grado. Las 16 universidades privadas contaron con 60.000 estudiantes.

Una oportunidad única de inversión

Las potencialidades de Beijing como destino de inversión son únicas, lo que transforma la ciudad en una **oportunidad cambiante y dinámica**, con gran acompañamiento de las autoridades.

En 2017, el PIB de Beijing fue de 327.000 millones de dólares, un incremento de 6,7% sobre el año anterior, ajustado por inflación. De esos, el valor agregado de las industrias primarias fue de 1.710 millones de dólares, el de las secundarias de 75.260 millones de dólares, y el de las terciarias de 251.000 millones de dólares. El PIB per cápita de la ciudad fue de 18.283 dólares, según la población residente.

También cabe mencionar que la inversión de Beijing en bienes fijos fue de 126 millones de dólares, presentando un incremento de 5,7%. Por su parte, la inversión en infraestructura fue de 42 billones de dólares.

El poderío económico no es el único factor que hace de Beijing un lugar interesante para los negocios: es el centro del poder político chino. Estableciendo e invirtiendo en negocios en la capital, los inversores domésticos e internacionales pueden comunicarse con el gobierno central chino, obtener información acerca de políticas claves a tiempo y obtener

PIB de Beijing

El PIB de Beijing fue de **327.000 millones de dólares**. De esos, el valor agregado de las industrias primarias fue de **1.710 millones de dólares**, el de las secundarias de **75.260 millones de dólares**, y el de las terciarias de **251.000 millones de dólares**. El PIB per cápita de la ciudad fue de **18.283 dólares**, según la población residente.

medidas gubernamentales preferenciales al igual que apoyo por parte del Estado.

A su vez, Beijing es una de las ciudades chinas con la mayor cantidad de recursos culturales y educativos, hogar de más de 91 instituciones de altos estudios, incluyendo las universidades de Beijing y Tsinghua. Las instituciones de aprendizaje clave de Beijing representan el 25% del total chino. Beijing tiene el medio cultural, tecnológico y científico más diverso del país: el 75% de los centros de investigación pertenecientes a China al igual que el 80% de las organizaciones culturales se encuentran en la capital. Cuenta también con más de 10.000 instituciones médicas, tratando a más de 200 millones de personas al año.

Una visión hacia el futuro

En septiembre de 2017 fue aprobado por el Comité Central del Partido Comunista de China y el Consejo de Estado el **Plan Maestro Urbano de Beijing (2016-2035)**. El objetivo de desarrollo es convertir a la capital en una ciudad vivible y armónica a nivel mundial.

Beijing será construida siguiendo lineamientos internacionales de primera clase, con una mirada especial puesta en convertirse en un desarrollo urbano centrado en la gente, prestando especial atención a la importancia de la ciudad en política, ciencia y tecnología, cultura, sociedad y ecología, así como también hermosas viviendas.

La capital será la punta de lanza en el desarrollo coordinado de las áreas de Beijing, Tianjin y Hebei, creando un grupo urbano centrado en la capital de primera línea internacional. ●

La nueva Beijing

La nueva estructura espacial urbana contará con **"un núcleo, un centro, un sub-centro, dos ejes, múltiples nuevas ciudades y un área."**

El **núcleo** será el área funcional de la capital, una zona que comprende unos 92 kilómetros cuadrados. El centro será el área central de la ciudad, comprendiendo seis distritos urbanos: Dongcheng, Xicheng, Chaoyang, Haidian, Fengtai y Shijingshan, cubriendo un área de 1.378 kilómetros cuadrados. El **sub-centro** comprenderá la planificación de la nueva ciudad de Tongzhou, con un área total de 155 kilómetros cuadrados. Los **dos ejes** son el Eje Central y sus extensiones y la avenida Chang'an y sus extensiones. La primera se refiere al tradicional Eje Central y sus extensiones al sur y al norte, comenzando en la puerta Yongding en el sur y la torre del Tambor y el Campanario en el norte cubriendo 7,8 kilómetros. Su extensión norte alcanza la cadena montañosa de Yanshan y su extensión al sur hasta el nuevo Aeropuerto de Beijing y el río Yongding. Por otro lado, centrada en la plaza Tiananmen, la avenida Chang'an se extiende del este al oeste, dentro de la misma, la sección entre las puertas Fuxing y Jianguo cubre 7 kilómetros de largo, extendiéndose hasta el área de Shougang, el río Yongding y colinas del oeste, mientras que hacia el este, hasta el nuevo sub-centro urbano, el Canal del Norte y el río Chaobai. Las **múltiples nuevas ciudades** serán cinco nuevas ciudades en la llanura: Shunyi, Daxing, Yizhuang, Changpin y Fangshan. El plan es que lleven a cabo funciones de la ciudad principal y, a su vez, se conviertan en áreas residenciales, marcando la importancia de coordinar el desarrollo de las áreas de Beijing, Hebei y Tianjin. El concepto de **"un área"** se refiere a un espacio de conservación ecológica, principalmente a la región montañosa de los distritos de Mentougou, Pinggu, Huairou, Miyun, Yanqing y Changping. Constituye la reserva ecológica en el medio, oeste y norte del área de Beijing-Tianjin-Hebei, convirtiéndose en el "bar de oxígeno" de Beijing, y siendo una pieza clave en la sustentabilidad de la ciudad.

201 
ZONA 201

*Novedosa exposición de esculturas de bronce, metal y esmalte al fuego, que tiene su sede en **Murcia - España**. Su objetivo es mostrar, impulsar y poner en valor obras de artistas y artesanos de **la Región de Murcia** de una manera alternativa, dando a conocer las obras murcianas y establecer relaciones comerciales más allá de nuestras fronteras.*

BRONCES HISPANOS, LA NUEVA RUTA DE LA SEDA

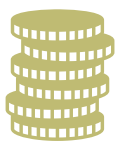


www.zona201.com - hello@zona201.com

Beijing, una ciudad dinámica y en crecimiento

16 millones de kilómetros cuadrados, 16 distritos administrativos, 21 millones de residentes, 327.000 millones de dólares de PIB, Ingreso disponible per cápita: 4.404 dólares

PIB en crecimiento



Inversión en infraestructura

2.000 millones de dólares en infraestructura
24,4% de la inversión en bienes fijos
19.000 millones de dólares en transporte
9.000 millones de dólares en servicios públicos
7.000 millones de dólares en energía



Conectividad avanzada

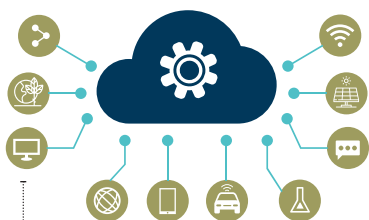
18.300 millones de dólares en servicios totales de correos y telecomunicaciones
5.940 millones de dólares en correo
12.360 millones de dólares en telecomunicaciones
6.494 millones de suscriptores a telefonía fija
37.521 millones de suscriptores de telefonía móvil
5.416 millones de hogares con acceso a Internet

Centro de transporte internacional

1 Aeropuerto Internacional (otro más próximo a ser terminado)
1.700 vuelos
94 aerolíneas
244 ciudades conectadas con
54 países todos los días
150 millones de pasajeros anuales cuando termine el nuevo aeropuerto.

Infraestructura de primer nivel

Hub ferroviario doméstico más grande de China
Conexión internacional ferroviaria con **tres países**
Ocho autopistas rápidas de última generación
881 líneas de autobús
19.299 km abarcados
24.131 autobuses públicos



10 industrias claves para el desarrollo

1. Nueva generación de tecnología de la información
2. Ahorro de energía
3. Protección ambiental
4. Vehículos inteligentes de nuevas energías
5. Nuevos materiales
6. Inteligencia artificial
7. Software
8. Información
9. Servicios en ciencia
10. Servicios en tecnología

Cinco fuerzas

Creación de conocimiento

Innovación regional

Innovación industrial

Innovación de talentos

Innovación internacional



Educación

63.000 millones de dólares

58 instituciones regulares de enseñanza superior

88 instituciones de investigación científica

107.000 patentes concedidas en 2017

81.266 contratos de tecnología

312.000 alumnos de posgrado

16 universidades privadas con

60.000 estudiantes



Mejor calidad de vida

4.404 dólares de ingreso disponible per cápita

2.131 millones de residentes con planes jubilatorios

1.869 millones de integrantes del nuevo sistema cooperativo rural

78.000 residentes urbanos con pensiones

44.000 residentes rurales con pensiones

Industrias culturales dinámicas

3.375 periódicos registrados

238 editoriales

350 unidades de servicios de publicaciones en Internet

7.598 imprentas

6 millones de suscriptores a televisión por cable

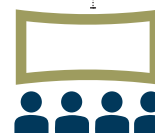
209 cines

2.737 millones de películas

76.363 millones de espectadores

500 millones de dólares de recaudación

350 películas producidas en 2017





Nuevo Aeropuerto Internacional Daxing de Beijing

Apodado "estrella de mar" por los medios de comunicación chinos por su forma de cinco salas conectadas a una sala principal, el **Nuevo Aeropuerto Internacional Daxing de Beijing** tiene como uno de sus objetivos lograr que los pasajeros caminen menos, al contrario que en muchos nuevos megacentros.

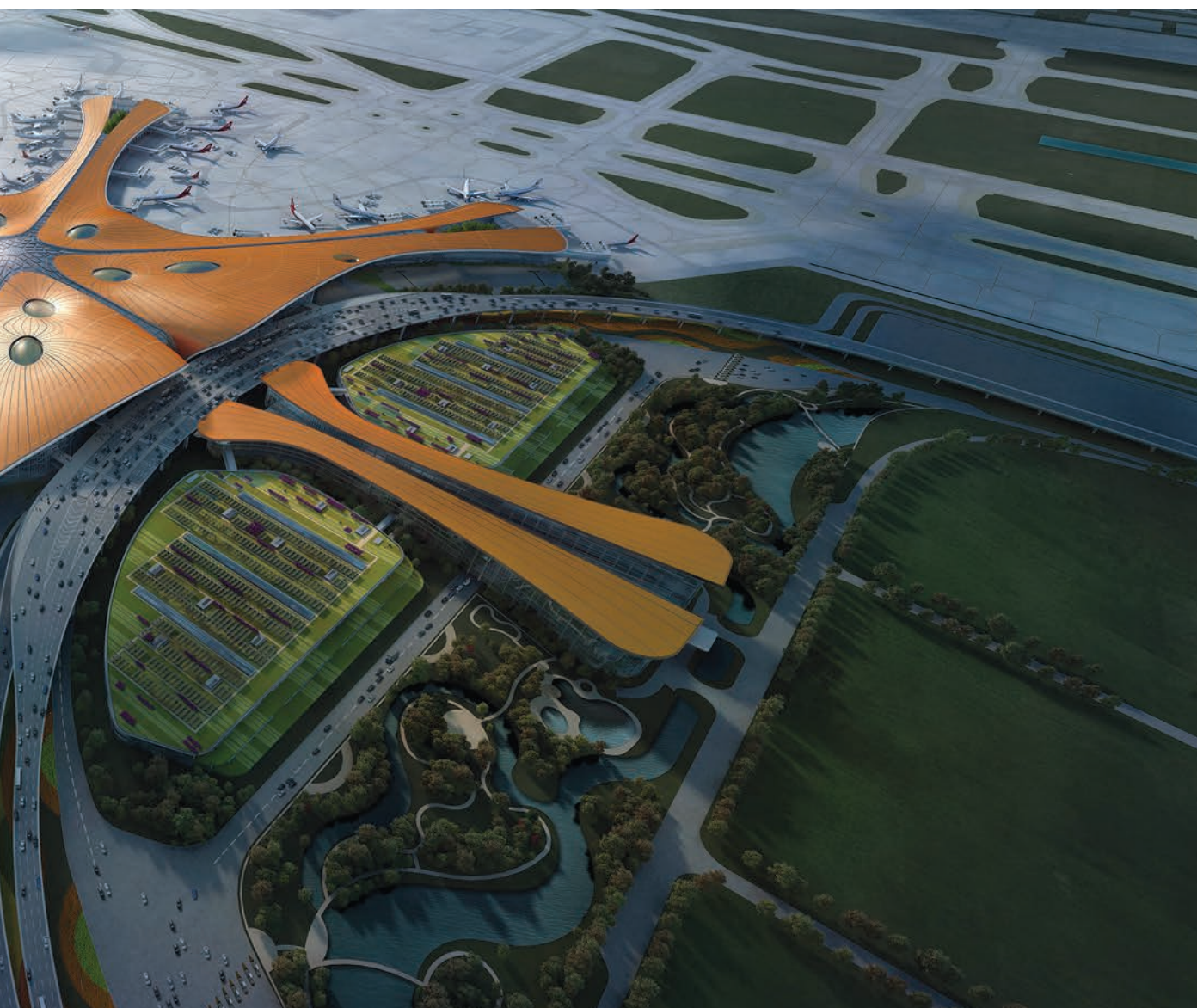
A pesar de que ocupa **47 kilómetros cuadrados** y su terminal principal es la más grande del mundo —con **695.000 metros cuadrados**, unos **97 campos de fútbol**— la autoridad del aeropuerto ha prometido una distancia de no más de 600 metros, unos ocho minutos de caminata, entre los puntos de control de seguridad y las puertas más remotas.

El aeropuerto ya está oficialmente abierto para los negocios: los vuelos desde Daxing cubrirán **112 destinos** en todo el mundo para la próxima primavera.

El proyecto de **11.500 millones de dólares** comenzó en 2014, con más de 40.000 trabajadores en el sitio en su etapa de apogeo. Diseñado por la fallecida arquitecta Zaha Hadid y sus socios chinos, el aeropuerto está construido para el futuro, con robots de servicio al cliente que brindan a los viajeros actualizaciones de vuelos e información del aeropuerto.

El diseño interior del espacio, elegante y moderno, es sorprendente. Esto se debe, en parte, a las **8.000 ventanas** distintas instaladas

FOTO: GENTILEZA HKCEC



en la azotea, que permiten la entrada de los rayos del sol. Muchas tiendas y restaurantes de alta gama ya están listos para servir a los pasajeros y su centro comercial de alta tecnología se combina con los viajes aéreos. Ubicado a 47 kilómetros al sur de la Plaza Tiananmen, Daxing está más lejos de la ciudad que el Aeropuerto Internacional de Beijing-Capital (BCIA, por su sigla en inglés). Afortunadamente, habrá muchas maneras eficientes de abordar el viaje en tren y metro, todas partiendo de una estación debajo de la terminal principal, que ha sido equipada con más de 1.000 cojines antigolpes de goma para reducir la vibración.

El metro **Daxing Airport Express** funciona-

rá inicialmente desde Caoqiao, en el sur de Beijing, con planes de expandirlo hacia el norte hasta la estación de Lize Business District. Con trenes que pasan cada seis minutos y medio, **será el metro más rápido de China, viajando a velocidades de hasta 160 kilómetros por hora**. Mientras tanto, la línea de tránsito 20 conectará el nuevo aeropuerto con la estación de tren de Beijing y el BCIA.

Se encuentran actualmente en construcción el **ferrocarril interurbano Beijing-Xiongan** desde la estación de ferrocarril Oeste de Beijing, que llegará al centro de Beijing en solo 11 minutos, y el **conector ferroviario interurbano** entre los dos aeropuertos. ■

Cifras

- Tendrá capacidad para **45 millones de pasajeros** para 2021, con planes de llegar a **72 millones** para 2025 y **100 millones** para 2040.

- Capacidad inicial de **300 despegues y aterrizajes por hora**.



NAPA, cocina de fusión y vinos de lujo

 En pleno Bund de Shanghái, el restaurante posee la mejor lista de vinos de China y una exclusiva carta de platos franceses con influencia latinoamericana y asiática. El chef chileno Francisco Araya le aporta sabores exquisitos y siempre cambiantes.

Por Lucía Marroquín

Con el objetivo de crear la mejor experiencia gastronómica con vinos finos en Shanghái, NAPA Wine Bar Kitchen fue creado en 2007 en una bodega en Jiang Yin Lu, siendo el primero de su tipo en China.

En 2013, NAPA se mudó a un edificio histórico en **Bund 22** y se transformó en un clásico. El restaurante celebra los productos estacionales por su integridad y sabor, creando armonía entre ingredientes de calidad, sofisticación culinaria y gran hospitalidad.

La cocina de **Francisco Araya**, chef ejecutivo de NAPA desde 2015, está influenciada por su formación y experiencia en España, Japón, China y su Chile natal. “**Nuestro tipo de cocina es de técnica francesa, pero con matices de América del Sur e influencia asiática**”, cuenta.

El chef pasó por los famosos restaurantes chilenos Alma, en Santiago, y Boragó,



La exclusiva bodega de NAPA



Vista de The Bund desde el restaurante

en Vitacura, por los españoles Mugaritz, en Rentería, y elBulli, en Cala Montjoi. En 2012, se unió a dos ex alumnos de elBulli para abrir 81 Restaurant, en Tokio.

Como todo iberoamericano en Asia, Araya pasó por un periodo de adaptación, primero en Japón y luego en China. Sin embargo, afirma: “Es fácil adaptarse si vienes abierto de mente”. Además, aporta algunas claves que resultan de su experiencia: “En términos de **negocios hay que ser rápido, entender los códigos de comportamiento y planear para largo plazo**. Creo que esa es una de las diferencias con Iberoamérica: nosotros planeamos a más corto plazo”.

Hoy, a cuatro años de asumir este nuevo desafío en Shanghái, su recorrido puede verse en cada uno de los platos que crea: “La influencia asiática en NAPA está acompañada de matices muy nue-



Presa ibérica Cinco Jotas con trufas de invierno



Ceviche de vieiras Hokkaido

FOTOS: GENTILEZA NAPA

Foie gras con dashi de jamón ibérico y anguila grillada al carbón

Para 4 personas

Ingredientes

4 piezas de foie gras pre-cortado *individually quick frozen* (IQF)
200 gr de anguila ahumada
200 gr de tacos de jamón (ibérico de preferencia)
20 gr de *hondashi*
¼ de alga *konbu*
2 litros de agua purificada
capuchina
micro cilantro
eneldo
flor de sal

Elaboración

Foie gras

poner el *foie gras* en una bolsa de sellado al vacío o Ziploc.

Cocinar al vacío a 57 grados centígrados durante 10 minutos, retirar de la bolsa y limpiar con pinzas pequeñas las venas residuales.

Agregar flor de sal y sellar hasta que esté dorado.



Unagi ahumado

Cortar la anguila en pequeños cuadrados de 1 x 1 cm y reservar.

En el momento del servicio, asar la anguila en el *yakitori* de carbón.

Dashi ibérico

En una cacerola mediana, sellar el jamón.

Agregar el agua en frío, añadir el *hondashi* y el *konbu*.

Enseguida del primer hervor remover el *konbu* y seguir cocinando por unos 30 minutos más. Filtrar y reservar.

Ensalada de hierbas

Mezclar las micro hierbas frescas y sazonar con aceto balsámico blanco o vinagre de manzana y sal.

Emplatado

En un plato hondo colocar en *foie gras* en el centro, rodeado de tres o cuatro trozos de anguila ahumada. Sobre el *foie gras* poner un poco de ensalada y sobre los trozos de anguila poner capuchina. En la mesa servir el caldo de jamón.

tros, por ejemplo, tenemos un *foie gras* servido con un *dashi* de jamón ibérico y anguila grillada al carbón, que es una delicia”, afirma.

De la gastronomía china, Araya recupera ingredientes únicos: “Los hongos de Yunnan tienen muy buena calidad y hay una gran variedad durante el transcurso del año, probablemente Yunnan es mi provincia favorita para productos vegetales en China”.

El menú de NAPA incluye tanto platos insignia como estacionales y puede cambiar sin previo aviso. Araya disfruta de esa variedad: “Para mí todos los platos del menú son mis favoritos, ya que son mis creaciones y las entiendo como una parte de mí o bien una expresión de mi persona”, confiesa. Además, cuenta: “Nuestros clientes han elevado algunos de nuestros platos a un nivel de insignia, como ocurrió con el *foie gras* con *dashi* de jamón, el *wagyu* chileno con chimi-



Francisco Araya

churri o el ceviche de vísceras de Hokkaido con jengibre y cilantro”.

NAPA, además, puede jactarse de tener la mejor lista de vinos de China continental, con el reconocimiento de Wine Spectator por 11 años sucesivos.

La colección del restaurante alberga tanto vinos fáciles de beber, aunque bien elaborados, como algunos de los caldos

más preciados y buscados en el mundo. Todos han sido cuidadosamente seleccionados, con cosechas que llegan a 1955 y formatos de hasta 15 litros.

En los subsuelos del edificio, NAPA cuenta con una exclusiva bodega de 350 metros cuadrados, con instalaciones de almacenamiento y degustación para miembros VIP. Es un espacio privado y exclusivo abierto en 2013, que proporciona la mejor oferta de vinos finos con una procedencia prístina.

“Contamos con más de 1.000 etiquetas de todo el mundo”, afirma Araya. “Hay varias estrellas en el menú de vinos, pero mis favoritos son el Champagne Don Perignon 2008, Ulysse Collin Les Maillois, Château Lafite 1979 o 2013, Opus One, Cheval Blanc, Ornellaia, Almaviva 1997 o Vega Sicilia”.

NAPA Wine Bar & Kitchen ♡ South Bund 22, Shanghai
☎ +021 6318 0057 napawinebarandkitchen.com
info@napawinebarandkitchen.com

El Louvre va a los orígenes

 El Museo del Louvre de París y Ponant, la empresa de cruceros de lujo, lanzan dos propuestas culturales excepcionales para descubrir los orígenes de las principales colecciones del arte mundial.

Por Laura Raquel Martínez

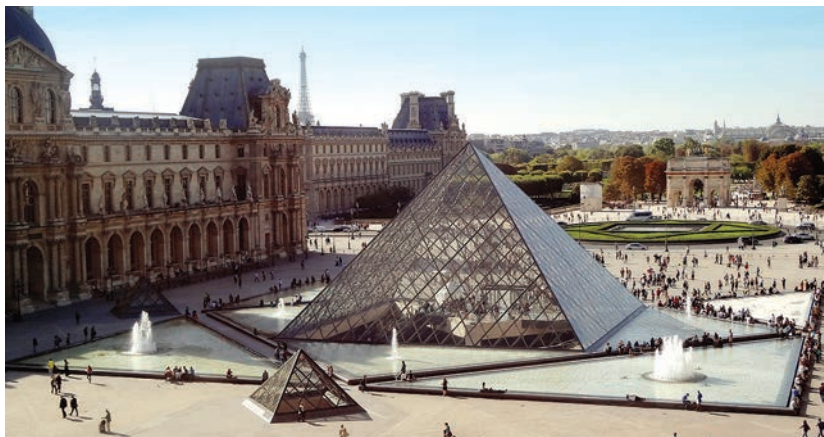
Uno de más antiguos del mundo —creado en 1793—, el Museo del Louvre, sigue sorprendiendo con sus propuestas culturales. Junto a Ponant, abrió dos rutas a los orígenes de sus grandes colecciones museísticas.

Los nuevos viajes se iniciarán en el verano europeo de 2020. El primer crucero, **Joyas culturales del Adriático**, partirá el 14 de agosto y recorrerá por 10 días y nueve noches las costas del Mar Adriático.

Los turistas descubrirán los tesoros culturales y artísticos de la antigua Grecia y el Adriático mientras navegan desde Atenas (Grecia) hasta Venecia (Italia). El crucero tiene previsto un programa fascinante tanto en términos de navegación como de visitas en tierra.

A bordo, Jannic Durand, Director del Departamento de Artes Decorativas del Museo del Louvre, y Ludovic Laugier, Curador del Departamento de Antigüedades griegas, etruscas y romanas del Museo, darán conferencias para compartir sus conocimientos.

El segundo viaje, **Tesoros del Golfo Pérsico**, partirá el 19 de noviembre y promete un sorprendente recorrido desde Mascate



Museo del Louvre



Mesquita en Abu Dhabi



Venecia

(Omán) a Dubái, pasando por Qatar y Abu Dhabi.

En el magnífico puerto de Sour, en el extremo de la península, los visitantes podrán descubrir tradiciones marítimas que datan de hace 1.000 años. Hoy, allí todavía se construyen *dhows*, barcos típicos que se utilizaban para transportar

mercancías en la ruta de las especias.

En este caso, acompañará a los turistas Yannick Lintz, Director del Departamento de Arte Islámico del Museo del Louvre, quien compartirá su experiencia con los excursionistas.

El turismo cultural está considerado como uno de los principales instrumentos de desarrollo a nivel internacional. Y según la Organización Mundial del Turismo (OMT), más de un 37% de los turistas internacionales eligen sus vacaciones teniendo en cuenta la oferta cultural del país de destino.

El museo más visitado en el mundo —que recibió más de 10,2 millones de visitantes en 2018— amplía su mirada global y reformula los términos de la experiencia museística. Para el Consejo Internacional de Museos (ICOM, por su sigla en inglés), el turismo logró cambios en la función de los museos dentro de la sociedad.

“Los museos no tienen fronteras, tienen una red”, asegura el ICOM. Podría decirse que el Louvre es uno de los museos que, actualmente, mejor representa el concepto. ●

ITINERARIOS

1. Joyas culturales del Adriático

Desde Atenas (Grecia) a Venecia (Italia)

Crucero: Le Lyrial | Fecha: 14 al 23 de agosto, 2020

Costo: 3.560 euros

2. Tesoros del Golfo Pérsico

Desde Mascate (Omán) a Dubái (Emiratos Árabes Unidos)

Crucero: Le Jacques-Cartier | Fecha: 19 al 27 de noviembre, 2020 | Costo: 3.550 euros

Reservas: en.ponant.com/ponant-le-louvre-cruises



Gadgets para viajeros

Con el aumento de la necesidad de viajar, ya sea por trabajo o por placer, sumado a los avances de la tecnología, día a día aparecen nuevos *gadgets* que les facilitan la vida a los viajeros. Desde un candado que funciona desde el celular a auriculares *bluetooth* que aíslan el sonido, la imaginación es el límite.



1



2



3



4



5



6



7



8

1. Cargador multipuerto

El clásico “menos es más” aplica perfectamente para este *gadget* que ayuda a optimizar espacio. Se trata de un cargador de viaje multipuerto que permite cargar varios aparatos de forma simultánea. Admite hasta cuatro dispositivos y puede cargar al mismo tiempo una computadora y un celular.

Satechi | 65 dólares | satechi.net

2. Lentes para celular

Con los *smartphones*, las cámaras de fotos pasaron a un segundo plano. Para quienes aman sacar fotos, los lentes Aukey para celular logran llevar las imágenes a otro nivel. El *kit* viajero incluye un gran angular, un macro y un ojo de pez. Hechos de aluminio, estos lentes son lo suficientemente resistentes para cualquier terreno.

Aukey | Desde 29 dólares | aukey.com

3. Candado *bluetooth*

Master lock 4400D es la solución para los que se olvidan de los códigos o que nunca se acuerdan en dónde guardan las llaves. Se trata de un candado que se controla desde una *app*. Para mantener seguras las pertenencias solo es cuestión de conectar el dispositivo con el celular.

Master lock | 120 dólares | masterlock.com

4. Máscara silenciosa

Power Mask es una máscara que —además de aislar de la luz— trae incorporado un sistema de audio que filtra el sonido exterior y se conecta con la *app* Breathonics. La misma ayuda a controlar la respiración con el fin de generar un ambiente de relajación.

Silent Mode | Desde 179 dólares | silentmode.com

5. Bolsas compresoras

Para aquellos a los que les gusta llevarse muchas opciones de vestuario o que compran más de lo que entra en su equipaje, las bolsas compresoras son la solución. VAGO innovó en estas bolsas que vienen acompañadas de un dispositivo que las cierra al vacío. De esta manera, el espacio en la maleta se duplica, pero el peso sigue siendo el mismo.

VAGO | Desde 20 dólares | vago.com.sg

6. Auriculares que filtran el sonido

Muchas veces en los vuelos hay sonidos que molestan a la hora de conciliar el sueño. Los Sennheiser Noise Canceling tienen la opción de cancelar los sonidos externos y, en paralelo, ofrecen una calidad de audio garantizada. Además, son *wireless*, lo que los hace el doble de prácticos para viajar.

Sennheiser | Desde 150 dólares | en-us.sennheiser.com

7. Purificador de agua

Para los aventureros que disfrutan de los destinos exóticos o de hacer *trekking* durante días, un purificador de agua hace del viaje algo mucho más sencillo. DeFe es capaz de filtrar hasta 2.000 litros de agua contaminada. Con tres etapas de filtrado, quita el 99% de las bacterias y los parásitos del agua.

DeFe | 20 dólares | amazon.co.uk

8. Dispositivo anti pérdida

Con Tile Mate es posible encontrar cosas clave. Basta enganchar al dispositivo a elementos indispensables para el viaje —desde cámara de fotos hasta porta documentos— y, con tan solo rastrearlo desde el *smartphone*, el dispositivo sonará como una alarma.

Tile | Desde 25 dólares | thetileapp.com

La moda brasileña triunfa en Europa



Lejos ya de las típicas estampas de bananas y piñas, la moda brasileña se impone en el mundo como un lujo con identidad propia.

Por Lucía Marroquín

Según datos de 2018 de la Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección (Abit), las exportaciones del sector de la moda en Brasil llegaron a 5.000 millones de dólares, contra 4.200 millones en 2016. Es que la indumentaria, el calzado y los accesorios brasileños alcanzan cada vez más las pasarelas y tiendas europeas y del mundo.

Brasil es referencia mundial en *beachwear*, *jeanswear* y *homewear*. Además, ha experimentado un gran crecimiento en los sectores de *fitness* y *lingerie*. Es el cuarto mayor productor y consumidos de *denim* del mundo. Autosuficiente en la producción de algodón, el país produce 5.300 millones piezas de vestuario confeccionadas en este material al año. De acuerdo a la Secretaría de Comercio Exterior (Secex), entre enero y agosto de este año fueron embarcados 76,66 millones de pares de zapatos, que generaron 644 millones de dólares.

Marcas que llegaron lejos

Algunas de las marcas brasileñas que atravesaron fronteras y triunfan en Europa son **Luiza Barcelos**, que produce zapatos y está presente en más de 20 países; **Melissa**, clásica marca de calzado de goma inspirada en los pescadores locales que hoy crea colecciones con diseñadores como Jason Wu, Karl Lagerfeld o Vivienne Westwood; **Osklen**, marca de indumentaria con *showrooms* en Francia, Portugal, Australia, Japón y Estados Unidos; **Havaianas**, las típicas “chinelas”



La última campaña de Nannacay

brasileñas que ya recorrieron el mundo entero; **Nannacay**, marca de moda sostenible que fue usada más de una vez por la artista Beyoncé, y **HStern**, marca de joyas que tiene más de 120 tiendas y 140 representantes fuera del país.

Marcia Kemp es la fundadora de Nannacay, una marca brasileña de indumentaria que nació en 2014. El proyecto de moda sostenible es referencia en productos hechos de paja y materiales naturales.

A través de la Asociación Brasileña de Diseñadores de Moda (Abest), la marca recibió incentivos para participar en ferias internacionales y, en 2016, se lanzó al mundo. “Trabajamos en varios países en el segmento de lujo —cuenta Kemp—. Para Nannacay, la artesanía debe valorarse como un lujo, porque cada pieza trae los sentimientos del artesano que la produce”.

Para la marca, el mayor desafío para insertarse como brasileña en el mundo es la competencia con la moda rápida: “Lanzamos varios productos que a menudo copiaban grandes marcas de *fast fashion*, con precios que dificultan la competencia. Nosotros respetamos el trabajo de nuestros artesanos y aspiramos al comercio justo”.

Hoy, la casa central sigue estando en pleno barrio de Leblon, en Río de Janeiro, pero sus productos pueden encontrarse en tiendas de Reino Unido, Italia, Alemania y Turquía, además de Estados Unidos, Japón, China, Hong Kong, Singapur y Dubái.

El sector de los accesorios brasileños también brilla con luz propia en Europa. Lo que comenzó como un pequeño negocio de compra y venta de piedras en el centro de Río de Janeiro, llegó a ser una



Bolsos hechos de paja

marca de joyas reconocida alrededor del mundo. Se trata de **HStern**, una de las marcas pioneras del avance de la moda y los accesorios brasileños hacia el exterior. Llamado “el rey de las piedras de colores” por la revista *Time* en 1964, Hans Stern supo transformar las aguamarinas, turmalinas, amatistas y topacios en piedras tan valorizadas en el mercado de las joyas, como los tradicionales diamantes, rubís, zafiros y esmeraldas.

Hoy, HStern tiene unas 120 tiendas en América Latina, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Israel y Rusia.

El gusto por lo brasileño

España y Portugal son mercados muy importantes para el escenario del mercado brasileño dentro del sector del calzado y la moda de cuero. En 2018, 248,9 millones de pares de zapatos fueron exportados a España por el proyecto By Brasil, que representaron un crecimiento de 8,5% en comparación con 2017.

Portugal, en 2018, consumió 66 millones de pares de zapatos brasileños, con un aumento del 15,8% en comparación con 2017. Considerando el total exportado por Brasil en el primer semestre de 2019, en lo que respecta a componentes, productos químicos y máquinas para el cuero y el calzado, Portugal representó un valor de más de 513.000 dólares.

Ferias, el lugar para hacer negocios

La moda brasileña tiene, en la **Semana de la Moda De São Paulo**, una de las cinco mayores semanas de la moda del mundo. Pero, además, está presente en eventos internacionales con buenos resultados. En septiembre pasado, 76 marcas brasileñas estuvieron entre los expositores de una de las mayores ferias de calzados del mundo, **Micam Milano**, en Milán, Italia. Allí, se espera que los negocios realizados en el evento generen 42,6 millones de dólares para el sector.

En la **Semana de la Moda de París** figuraron 30 marcas nacionales de los segmentos de moda de playa, calzados, accesorios y joyas, con el apoyo de los proyectos de internacionalización Fashion Label Brasil, la Asociación Brasileña de Estilistas (ABEST), el programa Texbrasil y Abit



1. Brazalette Moonlight, de HStern | 2. Anillo Stars | Arriba: Catherine Zeta Jones con los aretes Floral

Moda brasileña en cifras

5.000 millones de dólares fueron las exportaciones del sector en 2016

5.300 millones piezas de algodón al año

76,66 millones de pares de zapatos fueron embarcados entre enero y agosto de 2019, que generaron **644** millones de dólares

248,9 millones de pares de zapatos fueron exportados a España por el proyecto By Brasil en 2018

66 millones de pares de zapatos se exportaron a Portugal en 2018

en conjunto con la Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Apex-Brasil). Según Apex-Brasil, las marcas brasileñas alcanzaron 1,3 millones de dólares en negocios inmediatos, con expectativa de 2,7 millones más para los próximos 12 meses.

Inspiramais, componentes brasileños al mundo

Ilse Guimarães, superintendente de la Asociación Brasileña de Empresas de Componentes para Cuero, Calzados y Artefactos (Assintecal), explica que Inspiramais es el único salón de diseño de componentes para moda da América Latina. El evento reúne unos 7.000 visitantes, entre profesionales, compradores y formadores de opinión, para ver de cerca ítems con innovación en creación, diseño y tecnología, con un total de 1.000 productos presentados por 180 empresas.

“Inspiramais reúne información que unifica el lenguaje y la metodología de toda la cadena productiva de la moda — cuenta Guimarães—. Se propone desarrollar una moda con identidad genuinamente nacional en cueros, calzado, accesorios, confección y bijoux.”

En la última edición, se realizaron 720 rondas de negocios y se recibieron representantes de 30 empresas de Portugal, México, Argentina, Colombia, Perú, Paraguay, Guatemala, Ecuador y Sudáfrica, lo que generó una expectativa de 10,9 millones de dólares en negocios internacionales.

Hoy se considera el principal evento de diseño, tecnología e innovación de toda la cadena de la moda brasileña. “Estamos logrando colocar una paleta de colores genuinamente *made in Brasil*, con referencias a nuestras culturas y elementos regionales. Brasil no imaginaba llegar a este nivel, y lo estamos consiguiendo con Inspiramais”, afirma Guimarães.

El empresario portugués **Albertino Leite**, propietario de la empresa homónima, reafirma la importancia de dar visibilidad a los productos nacionales en el exterior: “Estaba en busca de nuevos socios comerciales y nuevas oportunidades de negocios. Me gustó lo que vi y creo que el producto brasileño está en un muy buen camino”. ●



Chile, el picante de cada día

Con cinco especies cultivadas en el mundo y decenas de especies silvestres, ha dado la vuelta al mundo. Desde su América natal hasta España, Italia, China o India, está presente en las gastronomías de todo el mundo.

Por Lucía Marroquín

Así como muchas especias recorrieron kilómetros a través de la Antigua Ruta de la Seda, el chile hizo su propio camino: se trata de un largo viaje desde América Latina, de donde es originario, hacia Europa y desde allí a Asia atravesando la vida de los pueblos en los que se producía y consumía.

Con **India, China, Vietnam, Perú y México** a la cabeza de las exportaciones mundiales, el chile se consume hoy en todo el mundo como condimento.

India, con una exportación por 538 millones de dólares en 2018 según datos del Centro de Comercio Internacional (CCI), es el mayor exportador de chile. Le sigue **China**, que exportó en el mismo año chiles por 154,9 dólares. **Vietnam** exportó

por 72,6 millones en el mismo período, mientras que **Perú** lo hizo por 69 y **México** por 42,4 millones de dólares.

Según datos del Centro para la Promoción de las Importaciones de los países en desarrollo (CBI por su sigla en inglés), la **importación europea de chiles frescos** de los países en desarrollo ha aumentado en los últimos años, con **Marruecos** y **Turquía** como principales responsables de este creciente suministro. Otros proveedores medianos o grandes incluyen a **India, Uganda, Macedonia y Kenia**.

Francia, Reino Unido y España son los principales países importadores de chiles de fuera de Europa. Francia es el más importante, que importa el producto de Marruecos. Reino Unido compra chiles originarios de India, Kenia y

Pakistán. Países como Francia, Reino Unido y España, que tienen vínculos históricos con América Latina, son los mercados más grandes.

Los mexicanos son los que comen más chile en el mundo (natural, en alimentos o salsas), con nueve kilos de consumo per cápita al año. El país, a pesar de ser el segundo que más chile fresco produce, no llega a cubrir sus necesidades y tiene que importar de China casi el 50% de lo que consume. A su vez, **Estados Unidos** es el país que más chiles frescos y deshidratados importa de México.

En Asia, el consumo de picante también es muy abundante, sobre todo en países como India, regiones de China, Corea, Tailandia y Bangladesh.

El origen

El chile pertenece al género *Capsicum*, de la familia de las **solanáceas**. Su origen es definitivamente americano: sus centros de diversidad, donde se encuentra la mayor cantidad de especies salvajes, son en el bosque atlántico brasileño y los Andes.

Existen cinco especies cultivadas de chile (*C. annum*, *C. chinense*, *C. pubescens*, *C. frutescens* y *C. baccatum*) y alrededor de 25 silvestres y semicultivadas. Según la World Chili Alliance (WCA), *C. pubescens* (llamado rocoto) y *C. baccatum* (ají) pueden encontrarse sobre todo en los Andes y otras regiones de América del Sur.

FOTO: JURE/ISTOCKPHOTO.COM

India, con una exportación por 538 millones de dólares en 2018 según datos del Centro de Comercio Internacional (CCI), es el mayor exportador de chile, seguido por China.

Las especies *C. frutescens* y *chinense* tienen su origen en América Central y el Caribe, mientras que *C. annuum* es la más cultivada en México. Es esta especie, además, la más importante en todo el mundo, y es en México donde se encuentra la mayor diversidad. Se dispersó a lo largo del mundo en la época colonial y se ha convertido en uno de los saborizantes más importantes en la cocina mundial.

El cultivo del chile se ubica entre las siete hortalizas más cultivadas internacionalmente, con una producción mundial estimada en 24 millones de toneladas.

El picante, razón de ser del chile

La razón por la que el chile es picante (aunque no todas sus especies lo son) es la **capsaicina**, una sustancia química presente en las semillas del fruto.

Según el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) de México, **la capsaicina es cien veces más picante que la pimienta**. Estimula la liberación de neurotransmisores e incrementa los puntos receptores de dolor de la lengua y el paladar, causando la sensación de "ardor" de un chile picante.

Según la WCA, hay variedades llamadas "superpicantes", que pertenecen a la especie *C. chinense*, y que producen más capsaicina que otras. Además, suelen tener una mutación genética que hace que la sustancia se produzca no solo en las semillas, sino en las paredes del fruto.

En las culturas precolombinas se comenzó a usar el chile como especia. Más tarde, la costumbre recorrió el mundo y hoy más y más gente adquiere el gusto por el picante.

Por su versatilidad, el chile es de gran importancia en culturas tan diferentes como lo las latinoamericanas, las europeas y las asiáticas. A pesar de que la mayoría de las especias son procedentes de América del Sur, los chiles fueron adoptados y cultivados en gran parte del planeta y en muchos lugares tiene un gran significado cultural y tradicional.

América, cuna del chile

Presente en la gastronomía mexicana desde tiempos prehispánicos, el chile



Los mexicanos son los que comen más chile en el mundo (natural, en alimentos o salsas), con nueve kilos de consumo per cápita al año.

está hasta en el 90% de sus platos. De acuerdo a la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), **en México existen evidencias del cultivo de chile desde hace aproximadamente 6.000 años**.

El estado de Chihuahua es el principal productor de este fruto, seguido por los estados de Sinaloa y Zacatecas.

De las 16 denominaciones de origen protegido (DOP) que tiene México, dos pertenecen a diferentes chiles. Una es la del **Chile Habanero de la Península de Yucatán** y la otra la del Chile de Yahualica.

De las 16 denominaciones de origen protegido (DOP) que tiene México, dos pertenecen a diferentes chiles. Una es la del **Chile Habanero de la Península de Yucatán** y la otra la del **Chile de Yahualica**. Yucatán es el principal productor de chile habanero, aunque comparte la DOP con los estados de Campeche y Quintana Roo, que también lo producen. Por otro lado, el chile Yahualica se produce en la región del mismo nombre en Altos Sur del Estado de Jalisco.

Yucatán es el principal productor de chile habanero, aunque comparte la DOP con los estados de Campeche y Quintana Roo, que también lo producen. Por otro lado, el chile Yahualica se produce en la región del mismo nombre en Altos Sur del Estado de Jalisco.

Según SIAP, las más de **100 variedades de chiles mexicanos** se concentran en 22 grupos de verdes y 12 de secos, entre los cuales destacan los picantes como el **jalapeño**, el **poblano** y el **serrano**. Además, hay algunos considerados dulces, como el **morrón** (*bell pepper*). Oaxaca es el estado con mayor diversidad, con al menos 25 tipos de chile, seguido de Guerrero con 12, Puebla con 10 y Veracruz con nueve.

El principal mercado del cultivo es Estados Unidos, seguido por Canadá, Colombia, Panamá, Uruguay, Australia, Irlanda, Bélgica, Holanda, Suiza, Austria, Suecia, Finlandia, Rusia y Singapur. Además, México importa chile, sobre todo seco, de 41 países. China es su principal proveedor, seguido de Perú y Estados Unidos.

La diversidad y la riqueza de los platos preparados con este producto son incontables. Desde los típicos y consistentes **moles de Puebla, Oaxaca y Yucatán**, hasta las refinadas salsas y adobos del **Estado de México, Guadalajara o San Luis Potosí**, la variedad de gustos, sabores e ingredientes que en las cocinas del país se emplean en conjunción con los diferentes chiles ha permitido el desarrollo de una gastronomía muy característica.

En Estados Unidos, la cultura mexicana cala hondo en la gastronomía desde hace años. Como cuenta Carson Smith, de la compañía estadounidense Los





Peperoncino

Roast, sus salsas picantes “saben a casa”. La empresa de Nuevo México vende chiles verdes y rojos frescos y tostados, además de envasarlos y usarlos para preparar sus famosas salsas.

“Nos esforzamos por llevar al mercado lo mejor de los pimientos cultivados en Nuevo México, tostando chile verde fresco durante la temporada para nuestras propias salsas de chile verde, tradicional y extra picante”, cuenta Smith, que también manufactura pequeños *batches* de salsa para enchiladas, salsa de chile verde a base de tomate y chipotles enteros en salsa de adobo.

Europa, paraíso del pimiento y el *peperoncino*

Antes de la llegada del chile, en España se denominaba pimienta a todas las especias picantes. Para distinguir el chile o ají de la pimienta negra, llamaron a los primeros pimienta de Chile, pimiento o pimentón. Las especies más dulces se empezaron a cultivar más que las picantes, aunque la guindilla aún persiste en los platos españoles.

El **pimentón**, obtenido a partir del secado y molido de determinadas variedades de pimientos rojos, se usa principalmente en la elaboración de conservas, embutidos y escabeches. Además, es un condimento y a veces colorante básico para muchos platos.

Según datos de la WCA, la **producción de chiles en España llega a 1,09 millones de toneladas**, lo que representa un 2,8% de la producción global y la mitad de la Unión Europea.

Las dos variedades de pimentón más importantes en España son el **de La Vera** y el **de Murcia**, ambas DOP por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Mientras el pimentón de La Vera destaca por su sabor y aroma ahumado, el pimentón de Murcia se caracteriza por ser de color rojo brillante, dulce, con un olor penetrante y un gran poder colorante.

Desde 2001, el **Pimentón de Murcia** está protegido mediante una **Denominación de Origen** de parte de la Consejería de Agricultura, Agua y Medio Ambiente. La zona de producción de los pimientos destinados a la elaboración del pimentón está constituida exclusivamente por terrenos dentro de Alhama de Murcia, Beniel, Fuente Álamo, Lorca, Molina de Segura, Cartagena, Fortuna, Librilla, Murcia, Puerto Lumbreras, San Javier, Santo-mera, Torre Pacheco y Totana.



Manojo de chiles secos

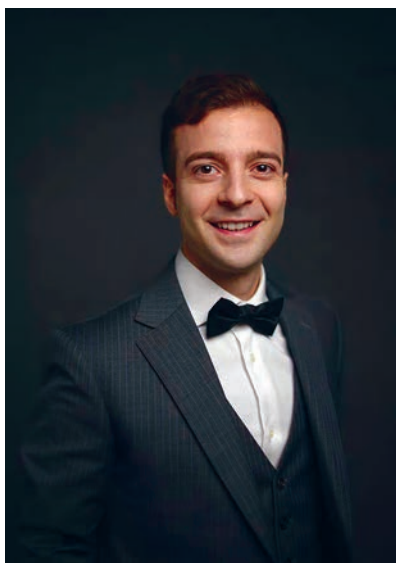
Para el chef **Juan Antonio Pellicer**, existen varias formas de determinar la calidad de un pimentón español. “En primer lugar un pimentón español debería ser aquel que esté amparado por un Consejo regulador. Yo destacaría el **Pimentón de Murcia con DOP**, el de siempre, que es exclusivamente dulce.”

El Pimentón de Murcia proviene de la variedad bola, que se cultiva en 14 municipios de la Región por medio de recolección manual.

Para Pellicer, una característica diferencial es optar por el “desrabado”: “Es el pimentón que viene del pimiento de bola al que se le quita manualmente el pedúnculo, aquí llamado rabo, y que tendrá un mayor poder colorante y un aroma si cabe más intenso”.

El *peperoncino* es la variedad de chile más extendida en Italia. **Lorenzo Picchi**, es director de Marketing de **Azienda Agricola Carmazzi**, una de las mayores productoras italianas de chile. En el mercado son conocidos por la marca **Mr PIC** y por **Biagi-Carmazzi Collection**, la mayor colección de variedades de chiles en el mundo.

“Cultivamos las plantas de chile y producimos y comercializamos productos alimenticios picantes como salsas, condimentos en polvo para panes, pizza y pasta, mermeladas, aceite de oliva, chocolate, galletas y cerveza”, cuenta Picchi.



Gianluca Luisi, secretario general de la WCA

Para Picchi, hay varios factores para cultivar un chili excelente: “Un gran suelo, una buena combinación de sol y clima cálido, un poco de agua, experiencia y mucha pasión”.

A los neófitos les recomienda ser curiosos y siempre estar abiertos a probar algo nuevo, sin apresurarse a sentir el calor extremo: “Comiencen con chiles menos picantes y prueben gradualmente los más fuertes, que esconden sabores increíbles. Cuanto más lento sea el proceso, más podrán apreciarlos.”

China, mayor productor y consumidor de chili fresco

Una vez que los chiles comenzaron a aparecer en los mercados y bazares de los puertos comerciales del Océano Índico, su uso se extendió rápidamente por todo el sur de Asia y en China, Corea y Japón. Hoy, **China es el mayor productor de chili fresco del mundo y su mayor consumidor.**

Xinjiang es una de las principales áreas de cultivo de chili en el país, con una superficie total de siembra de alrededor de 40.000 hectáreas. Una de las mayores bases de producción de chili en el país es la ciudad de Anjihai, apodada la “ciudad natal de chili”, que produce alrededor de 25.000 toneladas de chili por sí sola.

La **World Chilli Alliance (WCA)** es una organización internacional sin fines



Chile en polvo en el mercado de Chengdú, China

de lucro que fue fundada para promover las interacciones de la biodiversidad, la tradición, las tecnologías y usos relacionados con el chili y su cultura.

Con base en **Chongqing**, tiene oficinas operacionales en Italia y Estados Unidos. Congrega a **Chilli Masters** (interesados en el aspecto científico del Mercado), **Chilli Producers** (quienes cultivan activamente en chili o coordinan operaciones industriales), **Chilli Chefs** (comprometidos con la promoción de la cultura culinaria del chili) y **Chilli Lovers** (enfocados en la preparación, consumo y degustación del chili).

La World Chilli Alliance (WCA), con base en Chongqing, China, tiene oficinas operacionales en Italia y Estados Unidos. Congregan a **Chilli Masters** (interesados en el aspecto científico del Mercado), **Chilli Producers** (quienes cultivan activamente en chili o coordinan operaciones industriales), **Chilli Chefs** (comprometidos con la promoción de la cultura culinaria del chili) y **Chilli Lovers** (enfocados en la preparación, consumo y degustación del chili)



Mujeres picando chili para hacer zao lajiao en Guizhou, China

India, picante desde siempre

Cuesta pensar en una *thali* (bandeja que se sirve la comida india) sin algún *chatni* o curry picante, o una comida thai sin *nam phrik* (salsa de chiles), o un *sambal* (salsa en Malasia) sin chili.

La realidad es que antes del descubrimiento de América, la gastronomía india ya estaba llena de sabores, colores y olores, pero el picante del chili no existía. Utilizaban especias como el curry, jengibre, cúrcuma, semillas de cilantro, canela, pimienta, cardamomo y comino.

En 1498, los portugueses llegaron a India, y con ellos el chili. Este fue el inicio de una nueva gastronomía asiática, ya que fue muy bien recibido y adoptado. Su cultivo fue perfecto gracias al clima caluroso y húmedo.

Hoy, India es el mayor productor de chili seco del mundo. Los principales importadores de chili indio son Estados Unidos, Sri Lanka, Bangladesh, Nepal, México, Canadá, Reino Unido, Arabia Saudita, Singapur, Malasia y Alemania.

Según los investigadores indios A. Subbiah y S. Jeyakuma, el chili es uno de los cultivos más valiosos de India y se produce a lo largo de casi todo el país, aunque los estados más importantes son **Andhra Pradesh, Orissa, Maharashtra, Bengala Occidental, Karnataka, Rajasthan y Tamil Nadu.** ●

Un condimento sin fronteras

Por María Cecilia Lozano y Lucía Marroquín

Escala Scoville (Capsaicina pura)

Está basada en el examen organoléptico Scoville; consiste en una solución con extracto del chile, que es diluida en el agua azucarada hasta que el picante ya no puede ser detectado; el grado de disolución del extracto da su medida en la escala. Así, un chile dulce, que no contiene capsaicina, tiene cero en la escala de Scoville.

Esta especia es originaria de América tropical, al igual que los demás pimientos. Aunque la planta del pimiento y de los chiles que se cultiva en Europa es oriunda de América Central, existen variedades naturales de Asia, concretamente de India.



Morrón: Así como la pimienta banana, el pimiento morrón y el pepperoni son de las intensidades más amables al paladar.



1-100

Poblano: Este fruto contiene un nivel bajo en capsaicina. Al secarlo se le conoce como ancho chili.



1.000-2.000

Chilaca: Tabasco Sauce (salsa Tabasco): Una de las salsas más conocidas mundialmente es el ingrediente clave del cocktail Bloody Mary.



2.500-5.000

Jalapeño: Este chili se suele consumir cocinado en aceite al grill y con queso (chiles toreados), secos y ahumados (chipotle) o envueltos en bacon (huevos de armadillo).



5.000-10.000

Historia

10.000 a.C.

La relación de los seres humanos con el género *Capsicum* comenzó hace 10.000 o 12.000 años. Nuestros ancestros lo asociaban con poderes místicos y espirituales. Se cree que el chile fue domesticado por lo menos cinco veces independientemente.



1

5000 a 3.500 a.C.

El chile debió formar parte de la alimentación humana desde épocas muy tempranas, desde hace unos 9.500 años, aunque no se domesticó ni cultivo hasta hace 7000 o 5.500 años. Existen hallazgos arqueológicos en México que testimonian que en el 5.500 a.C. ya era cultivado por los Olmecas.



2

500 a.C.

La iconografía fitomorfa en vasijas de la cultura Nasca muestra chiles generalmente asociados con divinidades, con rasgos felinos y personajes agricultores. En cerámicos y textiles de las culturas de Nasca (200 a.C.) y Paracas (500 a.C.) aparecen seres mitológicos que llevan chile en sus bocas y divinidades que los sostienen en sus manos.



3

1495

En 1495, en las crónicas del segundo viaje de Colón, se describen unos arbustos de las islas del Caribe con "un fruto lleno de pequeños granos que pican como la pimienta". Y se agrega que los nativos "comen este fruto como nosotros las manzanas".

A inicios del siglo XVI, españoles y portugueses insertaron el chile en Europa, que al principio se mostró reticente. Los africanos, árabes y asiáticos lo recibieron como una revelación.



Cultura nasca. 1. Héroes Mochica "Ai Apaec" de cuyo cuerpo se desprenden ajíes, y en sus manos sostiene una planta de ají y otra de frejol (200 aC - 600 dC). | 2. Plato de cerámica con representación de frutos (ají) (200 aC - 600 dC). Museo Arqueológico Rafael Larco Herrera. Lima, Perú. | 3. Códice Mendoza f. 60. México, año 1540 aprox. Sección III, donde se dibujaron aspectos de la vida cotidiana de los mexicas.

El chile como moneda de cambio

Durante la época Inca no había monedas de oro, pero sí mercancías de carácter utilitario, muy cotizadas que tenían un valor determinado y se empleaban para el intercambio. El chile fue uno de los objetos preferidos como moneda. Se cree que los Incas utilizaban como unidad de medida manojos compuestos por seis chiles secos, a los que llamaban *Rantti*.



Un atado de ajíes en un quero inca del siglo XVI.

• **De árbol:** Cayena: Alta en vitamina A, este chile también contiene vitaminas B6, E y C, potasio y magnesio.



15.000-30.000

• **Chile Thai, Malagueta y Piquín:** El chile más usado en las cocinas de Tailandia, Laos, Cambodia, Indonesia y Vietnam. Pili Pili es la versión Africana de este fruto.



50.000-100.000

• **Habanero:** El aroma floral de este chile mexicano lo convierte en un ingrediente muy popular en Sudamérica y el oeste de India.



100.000-200.000

• **Carolina Reaper:** clasificado como el pimiento más picante del mundo en el Libro Guinness desde 2013. Su picor varía entre 1.150.000 a 2.220.000 unidades.



1.150.000 - 2.200.000



El chile en las cocinas regionales

México El chile resulta imprescindible para dar sabor a cualquier plato mexicano y es, sin duda, el condimento nacional por excelencia. Además de la comida del hogar, está presente en el mercado de las golosinas, ya que el picante se consume desde la niñez.

India En la cocina india se utiliza el chile verde fresco —en una ensalada *cachumber* o en un *chatni verde*— y el rojo seco. Además, aparecen ambos cocinados en la mayoría de las recetas saladas. En el sur de la India se consume más picante que el norte. El curry, por ejemplo, contiene chile entre otras muchas especias, como azafrán, canela, cardamomo, comino, cúrcuma, fenogreco, jengibre, mostaza, nuez moscada, pimienta de cayena, pimienta y tamarindo.



Tailandia El objetivo de la comida tailandesa es equilibrar los sabores y texturas. Un menú típico incluye sabores agri-dulces y ácidos: sopa con elementos a la plancha o fritos, curry con rodajas de verduras al vapor. El curry tailandés es generalmente cremoso, elaborado con leche de coco, que varían en diferentes niveles de chile.

Perú El uso más generalizado de los chiles nativos en el Perú es como ingrediente en la preparación de platos típicos regionales como sopas y guisos. Entre los chiles nativos más comunes se encuentran el chile amarillo y el rocoto.

China Se utilizan chiles frescos, secos y en conserva en casi todos los platos chinos. Las regiones que más lo usan son Sichuan, Hunan, Beijing, Hubei y Shaanxi. Muchos platos chinos requieren pimientos verdes largos o pequeños chiles rojos. La cocina de Hunan y Sichuan también utiliza el ají rojo seco, que se puede encontrar en la mayoría de los supermercados asiáticos.



El chile en las civilizaciones precolombinas

La Matricula de Tributos registra en forma pictográfica los tributos que los pueblos debían entregar en forma periódica a México-Tenochtitlan antes de la conquista, en los siglos XV y XVI. Entre las riquezas del imperio, como piedras preciosas, oro, jade, plumas finas, turquesa y tintes, aparecen también productos agrícolas como cargas de maíz, frijol, chía, huauhtli, cacao, miel, algodón y, por supuesto, chiles.



Mayores Exportadores

En millones de dólares

538
India

155
China

69
Perú

42
México

27
Vietnam



Mayores Importadores

160
EE UU

138
Tailandia

109
China

92
México

73
España



Fuente: Trade Map - Centro de Comercio Internacional (CCI)

VIAJES GOURMET

La ruta del arroz de Calasparra

 El primer arroz del mundo con Denominación de Origen se cultiva en la Región de Murcia. Entre huertas y montañas, se pueden probar los mejores arroces y disfrutar de paseos turísticos.

por *Lucía Marroquín*

Desde la década de 1980, el arroz de Calasparra es el primero con Denominación de Origen Protegida (DOP) del mundo. Su producción está cerca de unos 3 millones de kilos de media anual.

Su coto arrocerero —con una privilegiada situación entre los ríos Alhárabe, Argos, Quípar y Segura— está constituido por tierras de cultivo ubicadas en los términos municipales de Calasparra y Moratalla, en la Región de Murcia, y de Hellín en la provincia de Albacete, en la Comunidad de Castilla-La Mancha. Los arrozales de Calasparra son un ejemplo de cultivo sostenible en un entorno ecológico. Es que no consumen prácticamente agua, ya que esta fluye en todo el ciclo de cultivo, desde los canales y acequias hasta el río.

A diferencia de otros arroces españoles, que se cultivan en deltas, albuferas y cursos bajos de los ríos, el de Calasparra se puede considerar un cultivo de montaña, ya que todas las parcelas están a una altitud de entre 350 y 500 metros sobre el nivel del mar. Con técnicas ancestrales, se extrae agua del río para inundar unas cajas a distintos niveles y devolver al río el sobrante.

Según el Consejo de Regulación de la Denominación de Origen Calasparra, la tradición ha demostrado que, de las variedades de arroz existentes, son las de **Balilla x Sollana** y **Bomba** las que mejor se adaptan a las características especiales del Coto Arrocerero de Calasparra. Am-



Arrozales en la Región de Murcia



Arroz Bomba, la joya del Arroz de Calasparra

bos están protegidos por la DOP.

El Balilla x Sollana es un arroz blanco de grano redondo y excelente calidad, que al cocinarlo aumenta su tamaño hasta un 70% en longitud y grosor. Y el arroz Bomba, llamado la joya del Arroz de Calasparra, es un arroz blanco, pequeño y redondo, que al cocinarlo aumenta su tamaño hasta un 100%.

En la región, el arroz se siembra en el mes de mayo y se recolecta en octubre de cada año, por lo que en esos meses pueden observarse las plantaciones en su máximo esplendor. Entre arrozales, huertas y montañas, se puede disfrutar de recorridos turísticos.

Hay varias opciones de paseos para conocer la vega arrocerera, así como el yacimiento arqueológico hispano-musulmán de la Villa Vieja, asentamiento precursor de la actual Calasparra.

Además de visitar la Reserva Natural del Cañón de Almadenes, ver la flora y fauna autóctona y conocer el Abrigo del Pozo —con pinturas rupestres del Eneolítico—, en los alrededores de Calasparra se encuentra la Cueva del Puerto. Tiene 14 kilómetros de largo, de los que entre 300 y 400 metros están abiertos al público, para observar las estalactitas, estalagmitas, columnas y falsos suelos, entre muchas otras formaciones.



Siembra en los arrozales en el mes de mayo



Cueva del Puerto

A seis kilómetros de esta localidad del noroeste murciano se encuentra el **Santuario de Nuestra Señora de la Esperanza**, patrona de Calasparra. A la ermita primitiva (del siglo XVII), en una de las cuevas sobre el río Segura, se le han ido agregando salas y edificios con terrazas hasta el río. **En su restaurante se pueden degustar una gran variedad de arroces y otras especialidades.**

Para los más intrépidos, hay empresas que ofrecen *rafting* por el descenso por el río Segura, pasando por campos de cultivo y cajas de arroz, con una zona de olas, un salto de presa, curvas y remolinos. ●



Santuario Nuestra Señora de la Esperanza



Paseos

Qualat

Actividades de ocio y tiempo libre en el río Segura. Excursiones, rafting y visitas guiadas. Consultar por paquetes y alojamientos.

C/ Cultura 36 | qalatl.com

Santuario Nuestra Señora de la Esperanza

Además de la ermita primitiva del siglo XVII, hay terrazas hasta el río y una zona de servicios. Su restaurante sirve delicias regionales.

Paraje del Santuario s/n | santuariovirgenesesperanza.com

Producto típico murciano

Según el chef murciano **Juan Antonio Pellicer**, el arroz de Calasparra es único, en primer lugar, por la climatología del lugar: “Su humedad relativa diaria, por debajo del 20% durante el ciclo de cultivo y en especial durante la maduración del grano, influye decisivamente en una gran deshidratación del mismo y una agregación sólida del almidón en el arroz”, explica.

Pellicer, que ha viajado por todo el mundo llevando la gastronomía murciana, destaca la importancia del sistema de riego, la alternancia del cultivo del arroz con otro tipo de cultivos, el mantenimiento de semillas tradicionales que prácticamente sólo se utilizan en Calasparra y la lenta maduración del grano.

En cuanto al grano en sí, Pellicer afirma: “**Su deshidratación natural lo distingue en la mesa por su sabor y dureza, además de su gran resistencia al empastado**”.

Algunas de las elaboraciones más típicas con arroz en Murcia son el **caldero**, un plato elaborado por pescadores, y el clásico **arroz y verduras**, con hortalizas y verduras de la huerta murciana, como coliflor, pimientos verdes y rojos, judías verdes, apios, ajos tiernos, alcachofas, guisantes y habas. Otro de los platos infaltables en la región es el **guiso de arroz y habichuelas**.

Además, también se cocina el **arroz con conejo y caracoles**, con pavo —principalmente en Navidad—, **con costillejas de cerdo**, **con pollo o con pescado y mariscos**.

“Todas estas elaboraciones además pueden llevar pimientos o alcachofas, se hacen en paellera o cazuela de barro y llevan un sofrito hecho con aceite de oliva, tomate, ajos secos, pimentón y azafrán”, cuenta Pellicer.

Entre los lugares que recomienda el chef —aunque afirma: “El mejor sitio es mi casa”— para comer los arroces regionales están: **Venezuela**, en San Pedro del Pinatar, **Casa Herminio**, en Molina de Segura, **Venta Los Collares**, en Abanilla, y la **Finca Santiago**, **Arroces El Pillo** y la marisquería **Virgen del Mar**, en la ciudad de Murcia.



Arroz en plena cocción en Finca Santiago.

10 festivales alrededor del mundo para no perderse

La oferta de festivales alrededor del mundo no tiene temporadas, es cuestión de organizar la agenda: desde un festival de cinco días con las bandas de moda al oeste de Londres hasta un encuentro en el desierto de Nevada.



1. Lollapalooza

Lo que empezó como un encuentro de bandas de *rock* alternativo, *indie* y *punk* en el Grant Park de Chicago, terminó convirtiéndose en una marca con ediciones por el mundo. Este junio se realizó el primer Lollapalooza en Estocolmo (Suecia) y ya suman siete los países donde se celebra este festival concebido por Perry Farrell, cantante de Jane's Addiction, en 1991. Más de 100 bandas, hasta ocho escenarios y *foodtrucks* con comidas de diferentes países son parte de la propuesta que rueda de norte a sur (en marzo pasa por Buenos Aires y Santiago de Chile) y cruza el Océano Atlántico para hacer base en París y Berlín. Pearl Jam, Red Hot Chili Peppers, The Strokes y Lana del Rey fueron parte de este festival de tres (y hasta cuatro días, dependiendo de la ciudad), donde la cultura joven encuentra no solo las bandas de moda sino también una actividad al aire libre llena de atracciones visuales.

📍 lollapalooza.com | 📱 @lollapalooza



2. Vive Latino

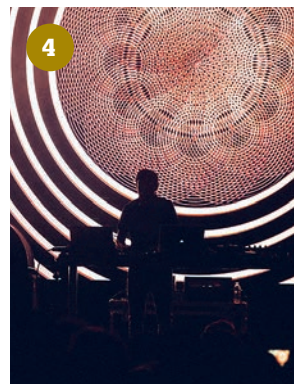
Su nombre lo indica: es un festival de música que hace foco en la cultura iberoamericana. Se realiza cada año en el Foro del Sol, Ciudad de México, y nuclea diversos géneros musicales. Si bien fue creado en 1998 por Ocesa, empresa dedicada al espectáculo, que buscaba una programación más rockera, en los últimos años se fue ampliando la oferta y se sumaron exponentes de otros estilos y de algunos países extranjeros. En 2020 se celebrará el fin de semana del 14 y 15 de marzo. En otras ediciones se presentaron Café Tacvba, Juanes, Fito Páez y Enrique Bunbury, entre muchos otros.

📍 vivelatino.com.mx | 📱 @vivelatino



3. Coachella

Es uno de los festivales preferidos de las celebridades. Además de un seleccionado de bandas imperdibles —como Madonna, Daft Punk, Blur, Oasis y Beyon-



cé—, Coachella es una oportunidad para jugar a los años '70. Es tradición entre los que asisten vestirse a modo *hippie* durante los dos fines de semana que dura el evento. En los últimos años, el festival "del desierto", como es

conocido, sumó a su grilla exponentes del *trap* como Bad Bunny. En 2020 se celebrará los fines de semana del 10 y 12 y del 17 y 19 de abril.

📍 coachella.com | 📱 @coachella

4. Sónar

Nacido en Barcelona, hoy tiene sede en otras grandes ciudades del mundo. Su primera edición fue en 1994 y desde entonces se erige como un evento donde se celebra la música electrónica y experimental. Desde Thom Yorke hasta Gorillaz han sido parte del *line up* de este festival inspirado en el arte multimedia y la tecnología. El formato urbano y de vanguardia viajó a otros continentes: de Chicago a Buenos Aires, pasando por Roma, Seúl, Hamburgo y Nueva York. Más de 27 países celebraron su propio Sónar, ya un clásico en el mes de junio en Barcelona, en donde además de música hay varias actividades, como la feria discográfica y tecnológica SonarPro, conferencias, proyecciones de video-arte e instalaciones artísticas.

📍 sonar.es | 📱 @sonarfestival

5. Glastonbury

Se dice que el *rock* es inglés y no es de extrañar que el festival más conocido del mundo tenga base justamente en Reino Unido. Glastonbury fue creado por Michael Eavis en 1970 y hoy cuenta con 50 escenarios. Tiene lugar en Somerset, al oeste de Londres, y se celebra el último fin de semana de junio. Los asistentes duermen en carpas y viven en comunidad durante los tres días que dura el encuentro. Inspirado en corrientes pacifistas y contraculturales, ofrece la posibilidad de tirarse en el pasto, hacerse masajes o participar de rituales y bailes, además de degustar comidas exóticas. Otros años, en el

escenario principal (Pyramid Stage), se presentaron The Who, The Rolling Stones y Radiohead.

📍 glastonburyfestivals.co.uk |

📱 [glastofest](#)

6. Roskilde

El segundo festival más grande de Europa tiene lugar en la ciudad danesa de Roskilde. Comparte con Glastonbury la tradición de *camping* y también la fecha: es a fines de junio. Además de una gran oferta gastronómica, el festival ofrece durante ocho días consecutivos música en diferentes escenarios —desde bandas consagradas a alternativas— y otros espectáculos artísticos. Lo recaudado se utiliza para apoyar proyectos benéficos y labores humanitarias. Creado en 1971 por dos estudiantes que se inspiraron en Woodstock, el encuentro, cuyo signo distintivo es la carpa naranja que cubre el escenario principal, tuvo entre sus artistas invitados a David Bowie, Bob Dylan, Paul McCartney y Iron Maiden.

📍 roskilde-festival.dk | 📱 [roskildefestival](#)

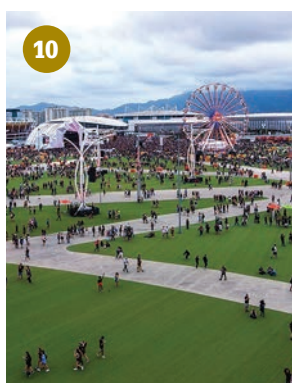
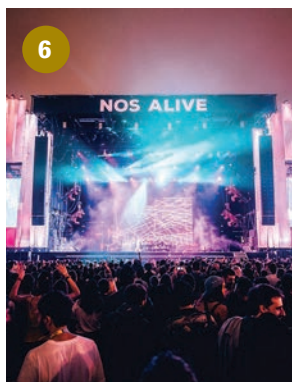
7. NOS Alive

NOS Alive es un festival musical y artístico bastante nuevo. Desde 2007, tiene lugar en Portugal a principios del mes de julio y dura tres días. Emplazado en la ciudad costera de Oeiras, el encuentro combina una oferta musical mucho más que tentadora —han sido parte de su grilla los míticos The Cure, The Smashing Pumpkins, The Chemical Brothers, Thom Yorke y Primal Scream— con la cercanía del mar en pleno verano europeo. Además de leyendas del *rock*, este encuentro da lugar a otros géneros: su *line up* se completa con exponentes del *pop*, *hip hop* y la música electrónica.

📍 nosalive.com | 📱 [nos_alive](#)

8. Fuji Rock

Casi al mismo tiempo, pero en otro continente, un festival de igual imponentia. Se trata de Fuji Rock, que tiene lugar en Niigata, Japón, desde 1999. Conocido como el festival más limpio del mundo, Fuji promueve la protección del medio ambiente. Durante tres días, referentes de la música



sica nipona e internacional se unen en esta iniciativa que combina el ocio con la conciencia sobre la contaminación. Además de grandes nombres —desde Bob Dylan a Kendrick Lamar fueron parte de la grilla—, el evento cuenta con más de 100 propuestas gastronómicas. Sin duda, es un buen lugar para probar el famoso sake. En 2020, se celebrará del 21 al 23 de agosto.

📍 en.fujirockfestival.com |

📱 [fujirock_jp](#)

9. Burning man

Si bien no se trata de un encuentro musical, sí es uno de los festivales más místicos de Estados Unidos. Mientras que sus inicios fueron en 1986, este evento se hizo popular en los últimos años por el interés que mostraron en él los magnates de Silicon Valley. Se celebra en el desierto de Nevada en Black Rock, una ciudad que existe solo durante los siete días que dura el encuentro. Más de 70.000 personas se reúnen entre fines de agosto y principios de septiembre alrededor del monumento sagrado que se conoce como "The Man", un hombre de madera gigante que se prende fuego el último día. No hay marcas, ni comercios, ni intercambio de dinero, solo diferentes expresiones artísticas.

📍 burningman.org | 📱 [burningman](#)

10. Rock in Rio

Conocido mundialmente como "el festival más grande del mundo", el encuentro nació en 1985 en Río de Janeiro. Su creador, el publicista Roberto Medina, se propuso dar a conocer al mundo la riqueza musical de su país. Su primera edición fue el 11 de enero (en 2019 tuvo lugar en octubre) y duró 10 días. El mismo se realizó en ocho oportunidades en Brasil y se expandió a otros países. Se realiza también en Lisboa, Madrid, Las Vegas y en 2021 se sumará una edición en Santiago de Chile. Además de música, el festival es un espacio donde se habla de compromiso social y medio ambiente. Queen, AC/DC, Bon Jovi, The Police y Rihanna han sido parte de Rock in Rio.

📍 rockinrio.com | 📱 [rockinrio](#)

Agenda cultural

1 Ciudad de México / hasta 31 de diciembre, 2019

Diego y Frida. 25 años en el Olmedo

Como parte de la renovación de la museografía de la colección permanente, se inaugura esta muestra con obras de Diego Rivera y Frida Kahlo. Integrada por 27 cuadros de Rivera y 20 de Kahlo, la exposición propone un reencuentro con las figuras de ambos artistas, en un diálogo articulado por las diferentes etapas de sus vidas.

📍 Museo Dolores Olmedo | México 5843 | museodoloresolmedo.org.mx



2 Wakefield / permanente

The Poacher's Lament and Other Half Hearts Tales

El principal centro internacional de escultura moderna y contemporánea invita a una experiencia multisensorial creada por Dillan Marsh y Eleanor Clare. Una colección de narraciones realizadas por personajes reales y ficticios acompaña a los visitantes del parque.

📍 Yorkshire Sculpture Park | West Bretton | ysp.org.uk



3 Praga / 30 de noviembre, 2019 - 5 de enero, 2020

Mercado de Navidad

Los mercados de Navidad abundan en Europa, pero el que se desarrolla en la plaza de la Ciudad Vieja en Praga se destaca por su particular encanto. Una serie de cabañas de madera ofrece a los visitantes artesanía tradicional checa con cristal de Bohemia, marionetas, juegos y una variada gastronomía. Imperdible el vino caliente o la trena de Navidad.

📍 Plaza de la Ciudad Vieja | Staroměstské náměstí | prague.eu/es



4 Punta del Este / 3 al 6 de enero, 2020

Festival Internacional de Jazz

Un sitio emblemático para el jazz en América del Sur, el tambo se prepara para recibir a los artistas internacionales. Impulsado por Francisco Yobino, el festival lleva 20 años ofreciendo un espacio del encuentro para los enamorados del género.

📍 Finca El Sosiego | Camino Vecinal 956A | festival.com.uy



5 Madrid / hasta el 12 de enero, 2020

Lujo: De los asirios a Alejandro Magno

Un recorrido majestuoso por la variada producción de objetos preciados en los antiguos imperios de Oriente Próximo desde el 900 hasta el 300 a.C. La muestra reúne joyas, vidrios, oro, relieves y marfiles procedentes del British Museum. Las piezas evidencian la importancia del lujo en las relaciones comerciales y en la manifestación de poder de las antiguas civilizaciones.

📍 Caixa Forum | Paseo del Prado, 36 | caixaforum.es



FOTOS: DR

6 São Paulo / hasta febrero, 2020

Video Brasil: Comunidades imaginadas

Una de las bienales dedicada a videoarte más importantes del mundo abre una nueva edición con la mira puesta en ampliar la diversidad de voces. "Comunidades imaginadas" habla de nacionalismo, aunque contempla comunidades apátridas, pueblos nativos, comunidades religiosas, refugiados, comunidades ficticias, utópicas y clandestinas.

📍 SESC 24 de Maio | R. 24 de Maio, 109 y Galpão VB | R. Jaguaré Mirim, 210 | site.videobrasil.org.br



8 Sevilla / hasta el 23 de febrero, 2020

El viaje más largo: la primera vuelta al mundo

La exposición narra, a través de un centenar de piezas y documentos originales, la épica hazaña llevada a cabo hace 500 años por Magallanes y Elcano. Por primera vez, el Archivo General de Indias exhibe en público los principales escritos que durante siglos han permitido el estudio de la gesta que supuso la primera circunnavegación del planeta.

📍 Archivo General de Indias | Edificio de la Lonja, Avenida de la Constitución, 3 | accioncultural.es



9 Valdivia / 22 al 29 de febrero, 2020

Noche valdiviana

Si bien el circuito de navegación y la culminación con fuegos artificiales cambia cada año, la Noche Valdiviana es un clásico chileno. Una fiesta a orillas del río que reúne a miles de personas frente a un desfile alegórico de embarcaciones adornadas temáticamente.

📍 Sector Costanera de la ciudad | nochevaldiviana.cl

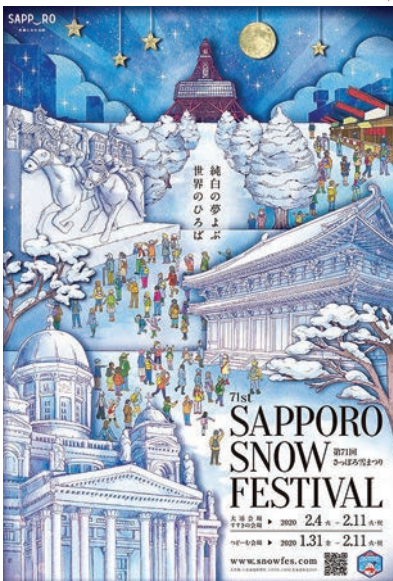


7 Sapporo / 4 al 11 de febrero, 2020

Festival de Nieve de Sapporo

Un fascinante mundo de blanco se extiende a lo largo de más de un kilómetro. Las principales atracciones para disfrutar, además de las monumentales esculturas de hielo, incluyen opciones *gourmet* de la tradicional gastronomía de Hokkaido y una increíble pista de patinaje. Se recomienda pasar por la plaza Fureai Hiroba listos para tomar las más espectaculares fotografías.

📍 Parque Odori | Parque Odori | snowfes.com



10 Yiwu / abril, 2020

China Yiwu Cultural Products Trade Fair

Una feria única, en la que el arte contemporáneo y la cultura china se exhiben como en pocos sitios. Artistas y galerías presentan sus obras en pintura, escultura, fotografía, diseño gráfico y nuevos medios. Además, la exposición incluye juegos y juguetes.

📍 Sinaean International Expo | 1F, East Wing of Yiwu Library, 35 | en.ssofair.com



Un lugar en el mundo: tres refugios de artistas

Transformadas en museos o complejos turísticos, estos refugios de artistas hoy son sitios ineludibles para conocer a los más trascendentes protagonistas de la cultura mundial.

Por *Laura Raquel Martínez*

Todas las casas de artistas acumulan los testimonios de la vida y obra de sus residentes. Desde las más sencillas a las más excéntricas, todas tienen la huella de quienes les dieron vida e identidad.

Por tal razón, muchos turistas dedican un tiempo de sus viajes a ciudades como Madrid, Valparaíso, México o Punta del Este para escudriñar detalles de la vida y obra de sus autores favoritos.

Aquí destacamos tres de las más particulares que se encuentran en América Latina, donde los visitantes podrán explorar un microcosmos de la cultura que acompañó el proceso creativo de cada artista.

Casapueblo

El mayor atractivo de Casapueblo es que fue construida sin planos. Durante 40 años, el artista uruguayo **Carlos Páez Vilaró** (Uruguay, 1923-2014) se dedicó a edificar este imponente refugio a la vera del mar.

“La hizo en lucha abierta contra la línea recta, con concepto de horno de pan”, explican desde la administración del complejo y señalan que “la pensó como una gran escultura habitable”.

El artista llegó a **Punta Ballena** en 1958 y quedó cautivado por el paisaje. Sintió que ese era el lugar para levantar su atelier y residencia definitiva. Allí modeló Casapueblo con sus propias manos, imitando al hornero, que construye su nido con barro.

A través de los años, Páez Vilaró sumaba habitaciones como si se trataran de



Casapueblo

vagones de una locomotora. Cada vez que un amigo lejano planificaba un viaje para visitarlo, el artista diseñaba un nuevo espacio.

El artista solía decir que la casa había nacido siendo vieja, ya que reunía un cúmulo de puertas, ventanas, rejas y objetos comprados en casa de demolición, que muchas ocasiones adquiría con el trueque de sus obras.

Recorrer Casapueblo es una experiencia singular. Sin embargo, los visitantes no deben dejar de conocer el **Museo Taller** que se ubica en el corazón de la finca. Allí se vive la atmósfera creativa del artista, entre cuadros, cerámicas, esculturas, fotos y videos.

Además, nadie puede irse sin presenciar la **Ceremonia del Sol**, momento en el que se oye en las terrazas la voz del artista recitando un poema, mientras cae la tarde.

Museo Casa Azul

“La Casa Azul es el universo íntimo de **Frida Kahlo** (México, 1907-1954). Es un microcosmos de la cultura mexicana”, asegura **Hilda Trujillo**, directora del Museo Frida Kahlo. Está decorada tanto con el arte popular que la artista admiraba y representaba, como con el arte prehispánico que ella y Diego Rivera atesoraron.

Una de las cualidades más caracterís-



Casa Azul

FOTOS: GENTILEZA CASAPUEBLO Y CASA AZUL



Isla Negra

tics de la casa son sus intensos colores. Según Trujillo, al entrar a esta casa se percibe el ambiente en el que Frida Kahlo se inspiró para la creación de su obra de arte, así como a atmósfera en la que desarrolló su vida.

“Frida fue quien hizo de esta residencia un hogar y una obra de arte en sí misma, con la colaboración de Diego Rivera”, asegura la directora del Museo.

Lo cierto es que cuando la artista falleció, Rivera le pidió al poeta y museógrafo Carlos Pellicer que organizara los objetos de la Casa Azul para adecuarla como casa museo. En ese sentido, Trujillo resalta que Pellicer supo preservar la calidad artística y hogareña de la residencia.

La directora del Museo destaca que “la Revolución provocó que un grupo importante de artistas e intelectuales, entre ellos Frida y Diego, indagaran en lo esencialmente mexicano” y señala que “esa búsqueda y encuentro se ve claramente reflejada en la decoración y colorido de la Casa Azul”.

Trujillo señala que las visitas “llegaban por Diego y se quedaban por Frida”, debido al encanto, inteligencia y hospitalidad de la artista. La casa de la pareja fue punto de reunión de artistas e intelectuales nacionales e internacionales como André Bretón, Sergei Eisenstein y León Trotsky, entre muchos otros.

En la residencia hay una infinidad de detalles y utensilios originales, entre los

que se destaca el caballete diseñado para personas con movilidad limitada que Rockefeller junior mandó a construir especialmente para regalárselo a Frida.

La recámara de noche arrulla las cenizas de Frida Kahlo, que están conservadas en una urna de diseño prehispánico con forma de sapo-rana. Este detalle está directamente emparentado con Diego, a quien ella llamaba “sapo-rana”.

Casa Museo Isla Negra

“De las tres casas museo de Pablo Neruda (Chile, 1904-1973), la de Isla Negra es la más grande”, cuenta Carolina Rivas C., directora de la Casa Museo de Isla Negra.

A fines de 1938, el escritor chileno buscaba un lugar para trabajar en la escritura del *Canto General*—cuenta Rivas— y, recorriendo el litoral central, se encontró con el sector rocoso y agreste donde hoy está em-



plazada esta casona que mira al Pacífico.

Lo cierto es que la casa no está en una isla sino en el continente y el nombre forma parte del imaginario de Neruda. **Fueron la presencia del mar, la vista privilegiada y la tranquilidad las principales características que enamoraron al poeta.**

Las casas de artistas no solo acumulan objetos valiosos para los autores que protegieron sus tesoros entre esas paredes, sino que también fueron testigos de una serie de vivencias históricas y anecdóticas. Una de las más conocidas de Isla Negra es la que cuenta que la afición de Neruda por mirar el mar con un catalejo lo llevó a descubrir una pequeña puerta de bodega de alguna nave, que transformó en un escritorio hoy instalado en la última habitación de la casa llamada La Covacha.

Entre los objetos que más impresionan a los visitantes —explica Rivas— se encuentra una gran caracola (ostra de las Filipinas) que cierra el recorrido, un caballo (tamaño natural) y también los mascarones de proa, las colecciones de máscaras y la de botellas.

Para Rivas, **la casa de Isla Negra tiene una gran carga romántica.** “Es notable observar que la fuerza poética de la obra nerudiana atraviesa generaciones tras generaciones”, dice y revela que “es habitual ver parejas recorriendo la casa de la mano o leyendo luego un poema en el sector donde está la sepultura”. ●

Direcciones

Casa Museo Isla Negra

📍 Poeta Neruda s/n, Isla Negra, El Quisco (Chile)

🌐 fundacionneruda.org

Museo Casa Azul

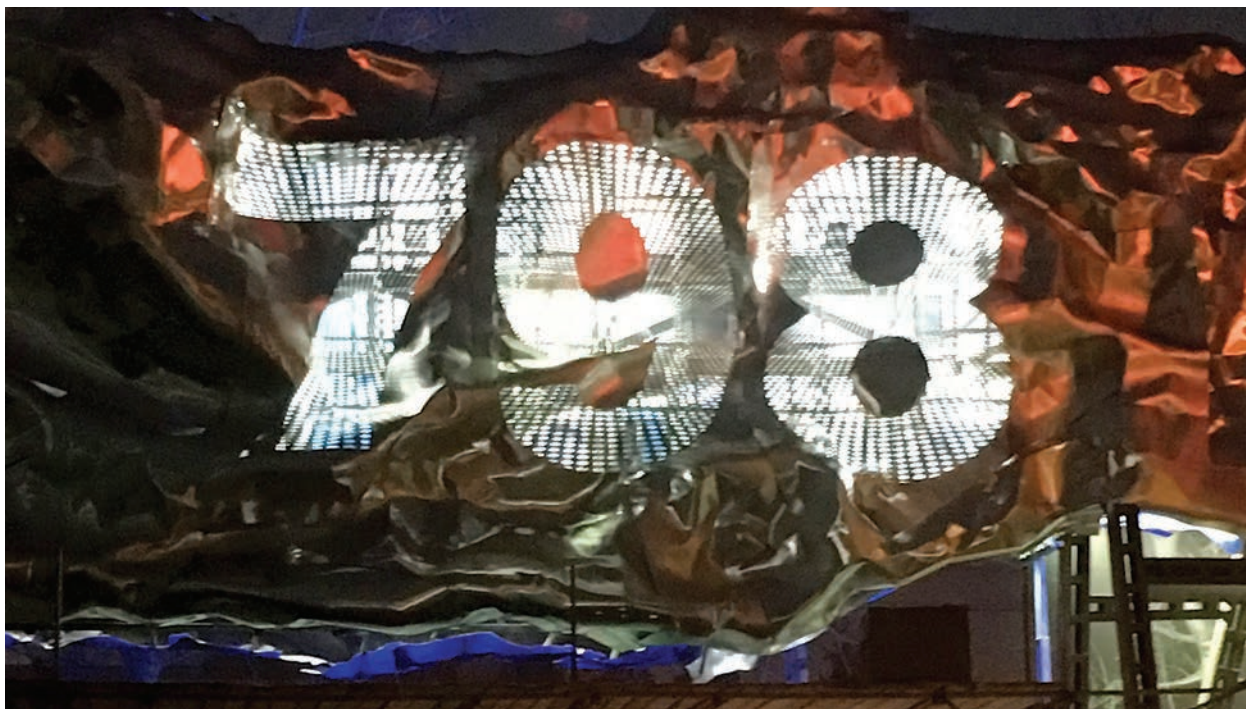
📍 Londres 247, Del Carmen, Ciudad de México (México)

🌐 museofridakahlo.org.mx

Casapueblo

📍 Calle Mar de Liguria, Punta Ballena, Maldonado (Uruguay)

🌐 casapueblo.com.uy



Vista nocturna de 798 Art Zone

Destino: 798 Art Zone

 Con más de 3 millones de visitantes al año, la 798 Art Zone es la tercera mayor atracción de China, junto a la Gran Muralla y la Ciudad Prohibida. Sin duda, un particular destino para la comunidad artística internacional.

Por Laura Raquel Martínez

La 798 Art Zone (también llamada Dashanzi), ubicada en el noreste de la ciudad de Beijing (China), es uno de los mayores destinos de la comunidad artística internacional. Desde 2001, el enclave de 600.000 metros cuadrados comenzó a definir su perfil cultural.

Una vieja zona industrial, con edificios de estilo Bauhaus construidos en la década de 1950, que dan nombre al barrio, se transformó en uno de los más resonantes centros del arte a nivel mundial.

Al igual que el SoHo de Nueva York (Estados Unidos), varias de las fábricas adquirieron un carácter residencial y los artistas comenzaron a instalarse en los edificios, fusionando el arte contemporáneo, la historia y la arquitectura hasta convertir el área en un referente de la vida urbana.

En menos de 10 años, el complejo fabril se convirtió en un espacio floreciente y moderno con innumerables galerías de arte, tiendas y bares. Para 2003, se había creado una comunidad de más de 30 artistas, diseñadores y editores.

Los primeros creativos en residir en el distrito incluyeron a los autores chinos Xu Yong, Huang Rui, Li Songsong y Tabata Yukihito. El estadounidense Robert Bernell fue el primer extranjero en mudarse y estableció allí su librería, galería y oficina editorial.

Hoy, el distrito cultural reúne a varias celebridades del arte y la cultura. Además, se ha convertido en un centro de la naciente comunidad *BoBo* (burguesa-bohemia) de Beijing.

Las mejores galerías de Beijing están en el distrito, presentando espectáculos de

¿Qué visitar?

1. Matthew Barney: Redoubt. Un nuevo gran trabajo realizado entre 2016 y 2019, que marca la primera exposición individual del artista en China.

Ullens Center for Contemporary Art (UCCA)
Ucca.org.cn/en

2. Doug Aitken. Obra multimedia que presenta tres instalaciones, donde el artista explora el conflicto de la libertad y el aislamiento producido por la tecnología.

Faurschou Beijing | faurschou.com

3. Trande: Tianzhuo Chen. Primera y gran exposición individual del artista en China, presentará su nueva producción junto a algunas de sus piezas más representativas.

M Woods Museum | mwoods.org

Consejos para los visitantes

Horario: Si bien cada tienda tiene su horario, suelen estar abiertas de 10 a 15.

Ubicación: Jiuxianqiao Lu. Al noroeste de la ciudad de Beijing. | 798district.com



Una de las tiendas del complejo



Escultura en el distrito cultural



Beijing Tokyo Art Projects, 2002



DaShanZi International Art Festival, 2006

artistas como Ai Weiwei y David Hockney. Entre las más famosas se incluye la Ullens Center for Contemporary Art (UCCA), que generalmente alberga dos o tres exhibiciones internacionales al año.

La Fundación Faurschou, de Dinamarca y el Museo de Arte M Woods –este último de gestión china–, organizan exposiciones con destacadas figuras de la cultura mundial, que conviven con presentaciones promocionales de grandes marcas como Sony, Motorola, BMW o Italy Dior.

En los últimos años, además, se han consolidado encuentros como el 798 Festival de Arte, el Festival Anual de Cine

Queer de Beijing, la Semana del Diseño de Beijing o la Gallery Weekend.

Aunque no todo es de clase mundial, también convive una docena de galerías más pequeñas que van desde el arte vanguardista a los dibujantes callejeros.

Entre las galerías más importantes se incluyen las chinas: 798 space, Long March Foundation, la japonesa Beijing Tokio Art Project, de Singapur, China Art Seasons, o italianas como Galleria Continua di San Qimignano y Galleria Marella di Milano.

El barrio cultural es un espacio abier-

to, donde los turistas encuentran tiendas, mercados callejeros y alternativas a las grandes galerías y centros de arte. El plan adecuado debe contemplar un almuerzo o cena en alguno de los bares o restaurantes del distrito.

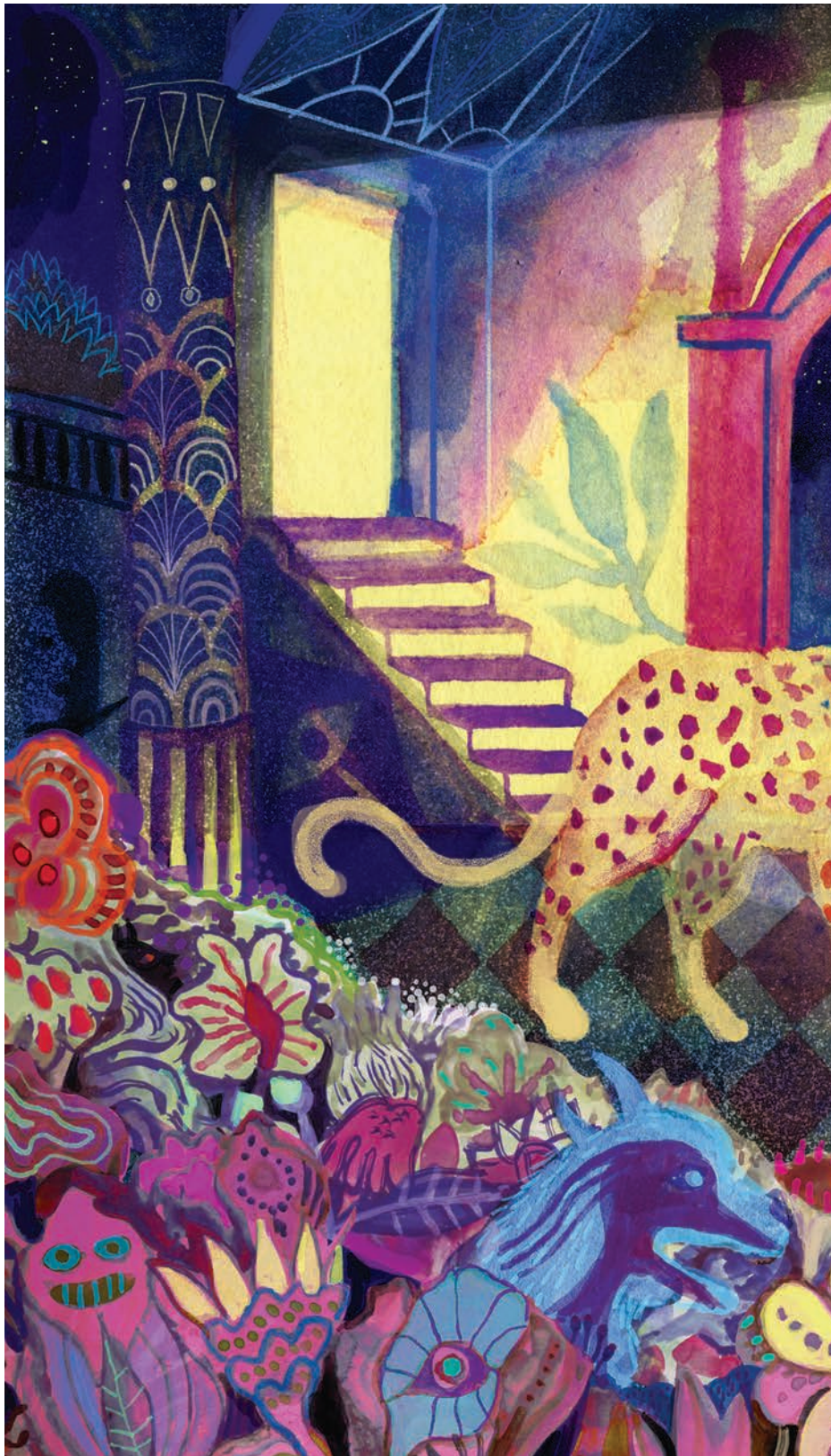
Para visitar y disfrutar de las cerca de 100 propuestas culturales que concentra el kilómetro cuadrado que comprende este suburbio de Beijing, se requiere al menos 40 minutos. La 798 Art Zone es un destino necesario para quienes se jactan de estar a la moda, conocer lo último en diseño y comprender la cultura china contemporánea. ●

ILUSTRACIÓN

Fernando Vázquez Mahía

El explorador gringo, de Fernando Vázquez Mahía, ilustra los viajes a la selva amazónica de Richard Evan Schultes. Distinguido con el Primer Premio en Iberoamérica Ilustra, la serie abre un camino a la emocionalidad de los sentidos.

Por Laura Raquel Martínez



1





2

El colorido salvaje de Fernando Vázquez Mahía (Buenos Aires, Argentina) explora los límites de la fracción del papel. Según el artista, sus dibujos “son masas de color, textura y escritura”.

Desde la ilustración como disciplina, el artista logra plasmar su fascinación por las imágenes y la capacidad que los trazos tienen para transmitir emociones. “El ilustrador da una visión única, alumbra los significados”, afirma Vázquez cuando se refiere a su profesión.

La presente serie, *El explorador gringo* (2018), inspirada en los viajes de Richard Evan Schules –biólogo estadounidense que sentó las bases de la etnobotánica moderna– obtuvo el Primer Premio en Iberoamérica Ilustra 2019.

Los detalles se amontonan en un particular recorrido por la selva amazónica, donde Schules absorbió las enseñanzas de los nativos y se empapó de su visión totalizadora del mundo.

Quizá se podría decir que esa visión amazónica se emparenta con la propia mirada del artista sobre el lenguaje, cuando asegura que la escritura o el habla tienen sus carencias frente a la expresión visual o musical.

“A nivel emocional, el lenguaje tiene algo muy poderoso que las palabras no pueden comunicar”, asegura Vázquez.

No obstante, cuando se refiere al origen de la serie, el autor cuenta que este fue a través de la literatura de viajes y, más pre-

cisamente, que lo inspiró un libro titulado *El río*, cuyo autor, Wade Davies, había sido discípulo de Schultes en Harvard.

Para el artista, tanto los libros, las películas como la música que disfruta son similares a semillas que tarde o temprano dan sus frutos. Así, un día, cuando se dispuso a dibujar, las imágenes del explorador estadounidense en la selva amazónica llegaron por sí mismas.

Actualmente, radicado en Madrid (España), el autor también está dedicado a la animación. Su trabajo en ese sentido se centra en redes sociales, *videoclips*, *explainer videos* y teatro infantil y juvenil.

Por sus proyectos personales de animación ha sido reconocido en 2015 con el I Premio en el Concurso Nibiru del Roma Web Fest y en 2018 con la beca de residencia Irudika.

Sin embargo, declara que la ilustración, frente a otras prácticas artísticas, le ha permitido “el placer de dibujar como cuando era un niño”. Al respecto,

“El ilustrador da una visión única, alumbra los significados”, afirma Vázquez cuando se refiere a su profesión.



3

acentúa que él ve el papel como lo que es: “una superficie plana”, donde no le interesa crear la ilusión de profundidad.

La perspectiva trasciende su definición más literal para adquirir en las obras de Vázquez una dimensión casi reflexiva: aquello que puede ser visto desde diferentes puntos de vista.

Así es como relata que la exploración contemporánea debería ser introspectiva como un medio para evolucionar espiritualmente. Y aclara que los nativos del Amazonas tienen mucho que enseñarnos sobre eso.

Entre sus planes próximos está terminar una serie del doctor Schultes para editarla en un álbum ilustrado. Además, tiene en miras iniciar un corto animado sobre la pampa (Argentina) del siglo XIX. Una especie de bestiario gauchesco, explica.

Por lo pronto, viajará a la próxima Feria Internacional del Libro de Guadalajara en México, para recibir el premio Iberoamérica Ilustra. ●



4

1. La ceremonia (página anterior)
2. Llegada
3. Un pueblo en la selva
4. La casa del chamán

Mecenazgo, cuando la empresa impulsa la cultura

La visión del empresario moderno está cambiando. Consecuentes con el importante rol que la cultura tiene en el progreso social, las grandes empresas están tomando el lugar de mecenas.

Por *Laura Raquel Martínez*

La actual relación de la empresa moderna con la cultura evidencia una simbiosis confiable, donde el mundo empresarial aporta al mencionado sector no solo financiación sino también técnicas de gestión.

A través del mecenazgo, el sector público y el privado blanquean un vínculo que parecía transitar los límites de lo tolerable. Mientras que la cultura necesita entenderse como una industria o una empresa, las organizaciones necesitan consolidar una imagen positiva.

Si bien la empresa tiene por principal objetivo lograr una rentabilidad económica que permita su desarrollo, también debe asumir una responsabilidad social y colectiva con su entorno, coinciden los diferentes analistas.

El mecenazgo, en ese sentido, otorga la posibilidad de que el contribuyente pueda decidir, al menos parcialmente, hacia dónde redireccionar una parte de sus impuestos.

Hoy, algunas naciones de Iberoamérica están avanzando en la conformación de regímenes legales específicos de estímulo al mecenazgo y patrocinio empresarial a la cultura. Y, si bien existen sistemas más o menos consolidados, aún se discute su legalidad.

Además, a la falta de difusión de las leyes y reglamentos que hacen posibles las donaciones con beneficios fiscales, se suma la carencia del seguimiento y relevamiento de las contribuciones en el sector.

No obstante, en la mayoría de los paí-



Carmen Reviriego, presidenta de la Fundación Callia, junto a Carmen Cervera, Baronesa Thyssen-Bornemisza

ses latinoamericanos continúa siendo el Estado el principal proveedor de recursos para la cultura, con ciertos mecanismos más o menos desarrollados de estímulo al mecenazgo privado.

Para David Güell, responsable de comunicación de la Fundación Catalunya –institución española dedicada a colaborar entre el sector privado, la sociedad civil y la cultura, promoviendo la creación de instrumentos de financiación–, “la cultura es un motor económico evidente y constante”.

El consumo cultural viene buscando indicadores de mercado real o potencial como forma de cuantificar parámetros que evidencien una cifra del impacto que puede tener un hecho artístico, explica.

David Güell: Tres consejos para las empresas

- 1- Hacer por convicción, no como objetivo económico en beneficio directo para la empresa.
- 2- Entender y tener muy presente que la cultura es un motor económico muy importante, y por tanto, un sector muy bueno para destinar inversión privada, esto conlleva directamente en un retorno positivo para la sociedad.
- 3- Buscar organizaciones que actúen de puente entre el sector empresarial y el cultural. Que ofrezcan viabilidad y experiencia a las empresas que quieren destinar participación en los proyectos culturales.

No obstante, destaca: “Es difícil cuantificar el valor ético y estético del hecho cultural”. Frente a la falta de recursos públicos de los que ha sido dependiente durante décadas, la cultura y sus actores deben reinventarse.

“Hay que perder el miedo a entender la cultura en términos de industria cultural o empresa para que se adecúe a una economía de mercado que pide un producto excelente”, dice Güell, quien resalta que esa idea conlleva saber manejar una buena dinámica entre cultura, empresa y sociedad.

¿Cómo aplican el mecenazgo los países iberoamericanos?

La experiencia demostró que las políticas culturales más eficientes suelen ser las del ámbito tributario, advierte el investigador Cristian Antoine, doctor en Ciencias de la Información y especialista en Gestión Cultural por la Universidad de Chile.

Y destaca: “Eso se da especialmente cuando están planteadas dentro de un marco que contempla una intención manifiesta de promover un intercambio más eficiente entre el sector público y privado”.

Si bien existen sistemas más o menos consolidados en algunos países de la región, como España, Chile o Brasil, aún se discuten los términos. En otros, como



Restauración de "Susana y los viejos" de Peter Paul Rubens en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, Madrid



Argentina o Uruguay, la discusión apenas se está iniciando o simplemente continúa siendo el Estado el principal proveedor de recursos para la cultura.

“En España no existe una ley de mecenazgo como tal, sino que hay una serie de medidas, como incentivos fiscales”, indicó a la prensa local **Adriana Moscoso, directora de Industrias Culturales y Cooperación del Ministerio de Cultura y Deporte.**

Asimismo, señaló que la ley de 2002, 49/2002, conforma la base de la normativa española y que fue modificada en 2014 para fomentar el micro-mecenazgo. Según la funcionaria, el foco está puesto en la figura del mecenazgo para dar el mensaje de que **“cualquiera puede ser mecenas”.**

La norma española contempla beneficios fiscales de hasta el 75% en la cuota del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), lo que derivó en que **actualmente el 55% de la inversión en España en el sector cultural ya procede del sector privado,** que tomó el relevo de las instituciones como mecenas cultural.

En Chile, por ejemplo, en la última década se vieron incrementadas las donaciones culturales de la empresa privada a través de “patrocinio cultural”. Hoy, el mecenazgo en ese país sudamericano, explica Antoine, es una técnica de comunicación por la cual la entidad comercial ofrece recursos en forma monetaria o en

especie a una organización o evento con el fin de asociar su imagen corporativa o de marca.

“Resulta preciso conseguir una cultura empresarial que contemple el mecenazgo como algo fundamentalmente interesante y no como una concesión que esta realiza a favor de los poderes públicos”, resalta el especialista chileno.

Otro país con régimen específico de mecenazgo cultural y leyes de aplicación nacional es Brasil. En ese sentido, el gigante sudamericano adoptó una serie de medidas legales y administrativas para estimular la participación del sector privado en la vida cultural.

Desde principios de la década del ‘90, Brasil viene desarrollando proyectos para estimular el apoyo privado a la cultura, logrando establecer un marco jurídico para canalizar recursos privados hacia ese sector.

Los casos de **Argentina y Uruguay** comparten el hecho de tener regímenes legislativos limitados y ámbitos de aplicación local. En ese sentido, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es la que mayores resultados alcanzó.

Luego de algunas ideas y venidas, en 2009, la capital argentina puso en operaciones las disposiciones para promover el mecenazgo destinado a estimular e incentivar la participación privada en el financiamiento de proyectos de interés público.

Colombia, México y Perú, cada uno con sus matices, tienen diversos regímenes de promoción empresarial que aún no llegan a conformar una legislación de mecenazgo.

En México existe, por sobre los otros países, una cultura tanto de apoyo estatal a las demandas culturales locales como de mecenazgo empresarial que lleva varios años.

Además, cuenta con el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), que reúne capitales de la Fundación Cultural Bancomer y The Rockefeller Foundation para proyectos binacionales (México-Estados Unidos) y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), que media la relación no solo entre el estado y la cultura, sino también entre éste y el sector privado.

En el mismo sentido, Perú logró cerrar su ley de mecenazgo cultural. La congresista Luciana León fue una de las promotoras de la iniciativa legal que permite a las empresas privadas invertir en el sector cultural y recibir de parte del estado descuentos en los impuestos.

La norma peruana estipula que los benefactores pueden deducir como gasto el 100% del monto que destinen al financiamiento de proyectos o actividades culturales, mientras que, en el caso de patrocinadores, el 50% del monto destinado.



Encuentro en la Comunitat IMPULSA, Fundación Catalunya

Empresas con propósito: público, privado y algo más

Un nuevo espacio denominado **Cuarto Sector** está consolidando su posición en Iberoamérica. Se trata de las **empresas sociales**, aquellas que no sólo buscan lucrar, sino también tener un **impacto social y medioambiental positivo**.

Estas empresas combinan lo mejor de los tres sectores tradicionales: privado, público y sin ánimo de lucro, para tratar de resolver los grandes problemas del siglo XXI, como la pobreza, la inequidad y el cambio climático.

Actualmente, la región iberoamericana cuenta con 170.000 firmas de este tipo, que emplean a cerca de 10 millones de trabajadores al año, según el reporte *Las empresas con propósito y el auge del Cuarto Sector en Iberoamérica*, elaborado por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) en conjunto con IE University.

El estudio se desarrolló en siete países (Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Portugal y España) que suman más del **87% del PIB regional**. Y destaca que el conjunto de las compañías de este tipo en esos países representa más del **6% del PIB iberoamericano**, un porcentaje cercano al 8% que registran la Unión Europea, Canadá y Australia.

Según el informe, **los gobiernos de la región son cada vez más conscientes de la necesidad de respaldar a las empresas sociales**. “Once países han adoptado o puesto en trámite nuevas leyes y marcos legales destinados a tipificarlas y apoyarlas”, confirma el reporte.

Asimismo, más del 85% de los 3.550 iberoamericanos consultados cree que las **empresas con un impacto socio-ambiental positivo deberían recibir más apoyo de los gobiernos**, como ayudas, exenciones impositivas o acceso a contratos públicos.

Para **Rebeca Grynspan, secretaria general de la SEGIB**, los ciudadanos están exigiendo que el desarrollo sostenible, la desigualdad y el cambio climático no sean asuntos solo de estado, sino que exista un papel más activo de las empresas.

Hoy, existen unos **10 millones de organizaciones sin ánimo de lucro en todo el mundo**, que tomadas en su conjunto formarían la quinta economía más grande del planeta, advierte el informe.

Cada vez resulta más evidente que los sistemas financieros y los modelos organizativos necesitan una profunda transformación estructural. En ese sentido, la visión del empresario moderno está cambiando.

El mecenazgo lo practican, principalmente, las empresas que creen en su futuro, que tienen sentido de comunicación y tienden a afianzar su estructura con un determinado marco social.

Los países iberoamericanos, comprendiendo este desarrollo, están cambiando aceleradamente leyes y marcos legales destinados a apoyar a aquellas organizaciones que combinan la actividad comercial con el impacto medioambiental y social. ●

Premio Iberoamericano de Mecenazgo

A través de la Fundación Callia, la empresaria española Carmen Reviriego estableció los Premios Iberoamericanos de Mecenazgo.

Las mencionadas distinciones reconocen cada año la labor de dos grandes mecenas, uno español y otro latinoamericano.

La propuesta de Reviriego, quien asesora a los coleccionistas por medio de la fundación, busca reconocer no solo a quienes contribuyen a la sociedad por medio del arte, sino también a quienes apuestan por la equidad e impulsan nuevos talentos. De esta forma, los premios sirven como plataforma de promoción de la igualdad en el arte, además de ser un impulso para artistas emergentes, dando visibilidad a artistas femeninas noveles.

“**Hay mucha desigualdad en el arte**”, dice Reviriego, quien confiesa que pensó en los premios como “una plataforma para ayudar a las mujeres artistas y darles el último empujón para que su carrera despegue”. Los premiados reciben una obra de una artista emergente como reconocimiento a su labor como mecenas. Ese reconocimiento —explica la fundadora— ayuda a inspirar a que otras personas se impliquen en la conservación, promoción y difusión del patrimonio y el talento artístico iberoamericano.

Entre quienes fueron distinguidos en los cinco años que lleva la iniciativa, se encuentran los coleccionistas: **Carmen Thyssen-Bornemisza, Patricia Phelps de Cisneros, Carlos Fitz-James Stuart, Bárbara Galarza Lagüera, Carlos Slim y Daniel y Estrellita Brodsky.**

Reviriego declaró: “A quien se invita a los premios no es a coleccionista ni a mecenas, sino a **grandísimos empresarios que tienen la capacidad de hacer la diferencia**”. Según la impulsora, la convocatoria sirve también para establecer lazos de unión entre España y América Latina. Reunir a empresarios de distintos ámbitos e “introducirlas en el compromiso social con el arte” es parte de los objetivos que se propuso Reviriego, quien asegura que la financiación de los museos debe partir de una iniciativa privada.

Relatos: el arte de vivir

Cinco films para redescubrir que la vida es una sumatoria de oportunidades, donde el tiempo –gran protagonista– se encarga de poner en contexto los hechos. Una selección de historias eclécticas para reflexionar si “es la vida real” o si “es simplemente una fantasía”.

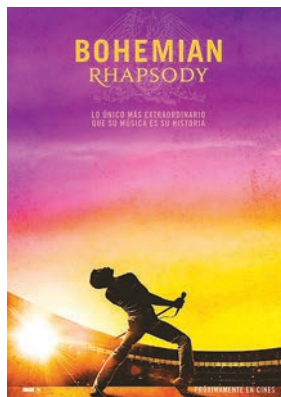
Biografía, 2018

Bohemian Rhapsody

Galardonada con numerosos premios, entre ellos cuatro Oscar y dos Globos de Oro, *Bohemian Rhapsody* –título de la emblemática canción– relata la vida del cantante británico Freddie Mercury (Farrokh Bulsara) y el grupo de rock Queen. Si bien la historia ha recibido varias críticas negativas por las licencias creativas, la película posee una mayor cantidad de voces a favor. Rami

Malek (Estados Unidos, 1981), quien interpreta a Mercury, logró varias distinciones por su trabajo actoral. Algo más de dos horas acercan de forma vívida este drama que resalta la lealtad, la pasión como valor en las relaciones y la libertad para tomar decisiones intuitivas. “No quiero ser una estrella, quiero ser una leyenda”, expresó Mercury como una de las personalidades más vitales de la música contemporánea.

Dirección: Bryan Singer – Dexter Fletcher | EE UU – Reino Unido



Drama, 2017

Borg vs. McEnroe

El film narra la historia de la rivalidad entre dos gigantes del tenis mundial: el sueco Björn Borg (interpretado por el actor Sverrir Gudnason) y el estadounidense Johan McEnroe (interpretado por Shia LaBeouf). Ambos representan dos estilos de juego y dos actitudes ante la vida que se enfrentaron en la emblemática final de Wimbledon, que se jugó el 5 de julio de 1980. La victoria la



obtuvo Borg luego de cinco sets. El sueco recibió, entonces, la quinta y última copa dorada tras retirarse al año siguiente con 27 años. Ambos jugadores se enfrentaron 14 veces entre 1978 y 1981, lo que acentuó tanto la competencia como la amistad. McEnroe y Borg marcaron una época en el tenis que desbordó el interés deportivo, traspasando sus éxitos y su vida mucho más allá de los límites de la cancha.

Dirección: Janus Metz | Suecia

Drama, 2019

Estafadoras de Wall Street

Basada en la novela homónima de la periodista estadounidense Jessica Pressler, la historia está basada en hechos reales. Un grupo de *strippers* elabora un plan para estafar a sus clientes, todos magnates de Wall Street. Sin embargo, una periodista de la *New York Magazine* descubre lo que traman. Protagonizada por Jennifer López, Constance Wu,



Cardi B, Keke Palmer, Julia Stiles y Lili Reinhart, la película reúne una intensa combinación de humor, *glamour* y emoción. En otro aspecto, la historial plantea un espacio para la reflexión acerca de lo correcto y lo incorrecto, en un contexto donde lo amoral y la estafa se transforman en un terreno de género. Estrenada el pasado mes de octubre, el film promete impulsar las voces femeninas en la comedia.

Dirección: Lorene Scafaria | EE UU

Verdadero o falso

Drama, 1999

Rogue Trader

La película biográfica narra la historia de Nick Leeson –interpretado por Ewan McGregor–, un empleado de



Barings Bank que, después de un período exitoso trabajando para la firma en Indonesia, es enviado a Singapur. Desde su nuevo destino, Leeson se convierte en uno de los principales comerciantes de Barings. Sin embargo, a través de la cuenta de error 88888, Nick está ocultando grandes pérdidas que alcanzan los 800 millones de libras y obligan a la firma a declarar la quiebra. El resultado de los malos negocios hace que abandone el país asiático, pero es arrestado camino a Europa y extraditado a Singapur, donde es sentenciado a seis años de cárcel.

Dirección: James Dearden | Reino Unido

Documental, 2014

Beltracchi: El arte de la falsificación

El artista y falsificador Wolfgang Beltracchi (Alemania, 1951) es retratado a través de reflexiones sobre su vida, en las que se muestra su talento y se analiza el mundo del arte, donde logró ganar millones. Basada en la vida del falsificador de arte alemán, es una película documental que narra cómo el protagonista fue declarado culpable y acusado de falsificación y corrupción en casos relacionados con 14 obras de arte vendidas por un total de unos 45 millones de dólares. Según Beltracchi declaró a la prensa, la demanda de piezas falsas es tan alta que si se hubiera inclinado a pintarlas hubiera vendido al menos hasta 2.000 cuadros.

Dirección: Arne Birkenstock | Alemania



Paso de Juyong

Pasos y torres de la Gran Muralla: de defensa a control de aduanas

 Construida y reconstruida entre el siglo V a.C. y el siglo XVI d.C., la Gran Muralla China es uno de los mayores emblemas arquitectónicos del mundo.

por *Lucía Marroquín*

En un serpenteante recorrido que se calcula de unos 21.200 kilómetros de largo entre la frontera con Corea, al borde del río Yalu, y el desierto de Gobi, esta mu-

ralla de unos 6 a 7 metros de alto y de 4 a 5 metros de ancho tiene miles de torres de vigilancia.

En algunos tramos de la muralla Ming —llamada así por haber sido reconstruida durante esa dinastía entre los años 1368 y 1644— hay más de 60 torres en solo 11 kilómetros.

En su paso por las principales rutas comerciales chinas, las torres permitían el control de las importaciones. Tanto estas como los cuarteles, que tenían un uso principalmente militar, actuaban como aduana. Cada una de ellas tiene escaleras únicas y de acceso difícil, pensadas para dificultar los asaltos. En caso de ataque, las diferentes torres se comunicaban a través de un complejo sistema de señales de humo y destellos de luz.

Entre las numerosas pequeñas puertas a lo largo de la muralla, por las que solo cabía un caballo, solo había tres de gran importancia, fuertemente vigiladas: el Paso de Juyong, uno de los más custodiados ya que era el acceso más inmediato a Beijing; el Paso Jiayu, al oeste; y el Paso Shanhai, al este. Estos también funcionaban como aduanas para el intercambio comercial.

Construido —o reconstruido— durante la Dinastía Ming, el Paso Jiayu fue de importante valor comercial en su época, ya que por allí se trazaba la principal vía de comunicación de la Ruta de la Seda. Originalmente fue creado para defender al imperio de una posible invasión, que nunca ocurrió. Quizá por eso es uno de los pasos mejor conservados de toda la muralla. ●

FOTO: CLIFF-LD/ISTOCKPHOTO.COM

e-trade ID

Electronic Trade Identity

**“Sentimos al comercio exterior
como una herramienta eficaz
para crear empleo y reducir la pobreza”**

OICEX 
OBSERVATORIO IBEROAMERICANO
DE COMERCIO EXTERIOR

Velázquez, 53 2-lzq. | 28001 Madrid, España | info@oicex.org | www.oicex.org