

Opinión



Ricardo Ávila Pinto
ricavi@portafolio.co
Twitter: @ravilapinto

CARTA DEL DIRECTOR

Al otro lado del Pacífico

Hay viajes presidenciales que son por compromiso o protocolo. Pero la visita de Estado a China que comenzó ayer Iván Duque entra dentro de la categoría de lo estratégico. Dada la coyuntura mundial y la de América Latina, desplazarse al otro lado del Pacífico es un esfuerzo que vale la pena.

Las razones geopolíticas son claras. Ante las diferencias que separan a Washington y Pekín por cuenta de una guerra comercial que sigue sin solución, es conveniente enviar el mensaje de que por estas latitudes no soplan los vientos del proteccionismo. Al mismo tiempo, las más recientes proyecciones del Fondo Monetario Internacional confirman que la economía colombiana es una de las pocas que se destaca, con un pronóstico de crecimiento que es más de cinco veces del de la región.

Por otra parte, las cifras

sugieren que no hemos estado en la lista de los lugares preferidos por parte de la dirigencia y las empresas chinas. En el 2018, los flujos de inversión extranjera directa que llegaron del país comunista ascendieron apenas a 32 millones de dólares, con lo cual el acumulado histórico quedó en 244 millones. El monto es muy bajo y le da al gigante asiático el puesto 32 en la lista.

En contraste, las sumas que han recibido Brasil, México, Argentina, Perú o Panamá, entre otros, son significativamente mayores. Lo anterior para no hablar del caso de Venezuela en donde se podría decir que el régimen chavista encontró un salvavidas gracias a los dólares de Pekín. Ecuador, aunque con montos menores, tampoco se queda atrás.

Aunque no hay duda de que gracias a su tamaño y poderío, China se encargará de recuperar el dinero comprometido, también es

“Colombia no ha estado dentro de las prioridades de China en América Latina. La visita que comenzó Iván Duque ayer a ese país, busca cambiar eso”.

indiscutible que le habría ido mejor si le hubiera apostado a Colombia. El viento parece estar cambiando de dirección como lo sugiere el interés de varias compañías en proyectos de infraestructura como las concesio-

nes viales de cuarta generación o el metro de Bogotá.

Hasta la fecha, el avance ha sido mucho más notorio en el plano comercial. El año pasado las exportaciones colombianas a los puertos chinos ascendieron a 4.173 millones de dólares, con un salto cercano al 90 por ciento. Esa dinámica suena muy bien hasta que se tiene en cuenta que la gran mayoría de lo facturado corresponde a productos del sector extractivo. Cuando se mira lo que no corresponde al ramo minero energético la suma llegó a 261 millones de dólares.

Junto a lo anterior hay una balanza comercial ampliamente deficitaria, pues el saldo en rojo supera los 5.000 millones de dólares anuales. Ello quiere decir que hay que hacer un esfuerzo mucho más decidido para abrir mercados, pues a fin de cuentas se trata de aprovechar el potencial de abastecer a 1.400 millones de consumidores.

El reto no es fácil, por cuenta de las diferencias culturales, la distancia o la barrera del idioma. Sin embargo, cuando se miran otras experiencias, salta a la vista que chilenos, peruanos, mexicanos, brasileños o argentinos nos llevan una inmensa ventaja a la hora de diversificar la canasta exportadora y explotar nichos de buen crecimiento.

En tal sentido, es muy posible que uno de los resultados concretos de la visita sea lograr que el aguacate colombiano pueda llegar a China, al igual que la carne de cerdo. Esta última muestra un enorme potencial no solo porque forma parte de la dieta corriente de la población, sino debido a que un virus ha diezmando el hato porcino.

Como sucede en estos casos lo importante es fomentar relaciones de largo plazo. Los encuentros con la comunidad de negocios o las citas con los más altos líderes en Pekín son un paso en la dirección correcta. El desafío futuro será darle seguimiento a los contactos a ver si conseguimos mejorar el intercambio y atraer inversiones del país más populoso del mundo.

Tras Versalles, un siglo sin paz

Beethoven Herrera Valencia



Dicha conferencia reunida por seis meses intentó definir el orden internacional que seguiría a la Primera Guerra Mundial y asegurar la paz, pero tras dos décadas la guerra volvió, y con los mismos actores.

No cabe duda de que el Tratado que le aplicó a Alemania una ‘paz cartaginesa’, dejó sembrada la semilla de la crisis y guerra posteriores.

En el balance de Versalles, *The Economist* considera que la debilidad, vanidad y revanchismo cegó a los

Aliados de la entente, quienes no lograron prever cómo las sanciones económicas envenenarían las relaciones europeas. Y recuerda que Sir Eric Campbell Geddes, propuso que Alemania: “sea exprimida hasta que salgan las semillas” de modo que Estados Unidos, Inglaterra y Francia, impusieron un castigo tan severo que aplastó a la frágil república de Weimar. (*The Economist*, julio 6/19).

Hitler, elegido canciller en 1934, convocó a desconocer las cláusulas del Tratado, ocupó los territorios vedados, rearmó al país y tras invadir a Francia la obligó a firmar la rendición, en el mismo vagón donde se selló la derrota alemana de 1919.

Keynes, quien hacía parte de la delegación británica

“A las tropas que volvían a casa en 1918 se les decía ‘ningún enemigo nos derrotó’ y era frecuente leer que la guerra se perdió porque judíos y socialistas los habían ‘apuñalado por la espalda’”.

en Versalles, se opuso a las sanciones, no solo porque consideraba que Alemania afectada por el conflicto estaría en incapacidad de pagar, sino que al castigarla se hería su orgullo de tal manera que podría generar revanchismo.

La revista inglesa estima la sanción impuesta a Alemania en 160% del PIB del país y le parece comparable con la actual deuda pública inglesa, pero ello no parece una comparación válida, pues se trataba de un país que salía de una guerra.

The Economist considera que las reparaciones no ahogaron la economía alemana, pese a la hiperinflación de 1921-23 y a los cambios en el mapa de Europa, pues Alemania producía en 1927 un 30% más de hierro y 38%

más de acero que en 1913.

Frente a la creencia de que los *defaults* y las reestructuraciones impuestas a Alemania fueron excesivas, *The Economist* sostiene que el comportamiento de Alemania tuvo que ver más con los incentivos que con su capacidad para pagar. Y advierte que el artículo 234 del Tratado de Versalles estipulaba que las reparaciones debían ser ajustadas si Alemania no podía pagarlas.

El discurso de la diplomacia alemana era que la guerra había sido primordialmente defensiva, como respuesta a la amenaza de Rusia y de Francia. A las tropas que volvían a casa en 1918 se les decía “ningún enemigo nos derrotó” y era frecuente leer que la guerra se perdió porque judíos y socialistas

los habían “apuñalado por la espalda”.

Los Aliados jugaron, sin quererlo, a favor de esta narrativa, pues Clemenceau y Lloyd necesitaban mostrar que las reparaciones eran suficientemente grandes, para complacer a la opinión pública que demandaba que Alemania sufriera.

Y Hitler pondría la máquina del Estado al servicio del rearme con una política expansiva (comparada por Joan Robinson con las políticas keynesianas), usando entonces la guerra como una estrategia de revancha que al mismo tiempo permitió a Alemania eludir los severos impactos de la crisis mundial.

Profesor, universidades Nacional y Externado.
*Colaboración de Ricardo Peña P

Portafolio

El Tiempo Casa Editorial
www.portafolio.com

Copyrights © 2019.
EL TIEMPO Casa Editorial S.A.

Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular.

Director
Ricardo Ávila Pinto
ricavi@portafolio.co

Subeditores
César Augusto Giraldo Briceño

Editor adjunto y jefe temático
Edmer Tovar Martínez

Luisa Constanza Gómez Rodríguez
Rubén López Pérez

ECONOMÍA Y NEGOCIOS
Constanza Gómez
Andrés Cárdenas
Adriana Leal Acosta

Sala de Redacción
Gabriel Flórez
Sebastian Londoño
Diego Vargas Riaño

Alfonso López Suárez
Laura Viviana Lesmes Díaz
Valerie Cifuentes

Editor Portafolio.co
Pedro Miguel Vargas Núñez

PERIODISTAS EN COLOMBIA
Medellín: Jorge García
Bucaramanga: Félix Quintero

Oficinas de EL TIEMPO
Cali: José Valencia
Ibagué: Fabio Arenas

Barranquilla: Estewil Quesada
Eje Cafetero: Fernando Umaña

Director Gráfico
Beiman Pinilla

Jefatura de Diseño
Juan Manuel Leal

Concepto Gráfico y Diseño Editorial
Diana Yamile Acosta González

Diseño y Diagramación
Diana Yamile Acosta G.
Edwin Puentes Martínez

Infografía
José Alirio Díaz

Fotografía
Casa Editorial EL TIEMPO

Colaboradores
Beethoven Herrera, Mauricio Cabrera, Ángela María Orozco, César Caballero y Alejandro Vélez G.

Gerente Portafolio
María Cristina Amaya Hoyos
marama@eltiempo.com
Tel.: 2940100 Ext.: 2860.

Jefe Mercadeo
Ibón Andrea Bernal Torres,
ibober@eltiempo.com

Oficina de redacción, administración y ventas
Avenida Calle 26 No. 688-70
Bogotá, Colombia. Tel: 2940100.

Suscripciones
Bogotá: 3538888
Línea Nacional:
01 8000 118080
Medellín: 2507988
Cali: publicidad: 6836000

Servicio al lector
Bogotá: 6687155
Barranquilla: 511077
Ibagué: 610799 - 610790.
Conmutador: 2940100.