

MIAMI

PARTE I

Viaje a la ciudad americana del futuro

Tras pasadas las apariencias de la jarana diaria a ritmo latino en los bares de la Calle Ocho, Miami es un lugar de acceso global, cosmopolita y mutante. Amazon la ha elegido como una de las veinte ciudades entre las que decidirá instalar su segunda sede social; toda una declaración de intenciones y aviso del auge demográfico y económico que vive.

España en Miami

Más de 300 empresas españolas están registradas en el Sur de la Florida

MAURICI LLADÓ, DIRECTOR GENERAL DE BANCO SABADELL MIAMI BRANCH

“Después de 25 años, seguimos comprometidos con Miami”

Educación

MDC, el colegio universitario por el que ha pasado la mayoría de la actual clase dirigente en Miami se nutre de donaciones de empresas y ex alumnos

DR. EDUARDO PADRÓN, PRESIDENTE DE MIAMI DADE COLLEGE

“Ana Patricia Botín ha sido un ángel”

Economía

El empleo en el sector tecnológico ha crecido un 40% entre 2012 y 2018

CARLOS A. GIMÉNEZ, ALCALDE DEL CONDADO DE MIAMI-DADE

“Queremos que el próximo Amazon y el próximo Facebook se creen en Miami”



TEXTO: EVA MARTÍN GÓMEZ

La suma de todas las fuerzas

El condado de Miami-Dade, la puerta de acceso de las empresas españolas a los Estados Unidos, está embarcado en una carrera económica y demográfica de hambre global. La población hispana sigue creciendo y copa la élite del poder

Nada iguala a la sencillez de una anécdota. En la mañana del pasado 25 de julio, festividad del Apóstol Santiago en España, el estadio del equipo de béisbol de Miami, Marlins Park, albergaba la celebración anual de *One Community One Goal*, un evento donde se rinden cuentas sobre el estado del condado de Miami-Dade, el más prominente de los 68 que tiene Florida y uno de los principales contribuyentes a su PIB de 1 billón de dólares: “Si este estado fuera un país, seríamos la 17ª economía mundial” se escuchaba cual mantra. Veinteañeras con pompones saludaban al público y entre los oradores, Alberto M. Carvalho, el popular Superintendente de los Colegios Públicos del condado, contó la historia de la jornada; en una reciente visita a una clase de tercero de primaria, un niño acercándose a él le preguntó por qué les hacían fotos. “Para documentar nuestro trabajo”, respondió Carvalho, pero el crío, descreído, le espetó: “¡Nooooo! Yo creo que es porque usted está aquí. ¿Quién es usted?”. Cavilando cómo explicárselo, Carvalho respondió que él era el jefe de los jefes de los colegios públicos. El pequeño, más incrédulo aún, reflexionó: “¿Qué va! Yo pienso que es usted el Superintendente. ¿Tiene una tarjeta de visita?”.

Marlins vs Yankees

La anécdota entusiasmó, más aún al haber rehusado este educador, de origen portugués, su nombramiento como responsable de los colegios públicos de Nueva York, cargo que le había otorgado el alcalde Bill de Blasio, tras haber confirmado su aceptación inicial. “Hablar desde Marlins Park es mejor que hacerlo desde el estadio de los Yankees”, dijo Carvalho y la audiencia se le rindió, como la plaza a un torero. Florida, con un paro de 3,6% y una población que en 2030 llegará a los 26 millones, necesitará incorporar 1,7 millones de nuevos trabajadores y la educación está en el punto de mira de las autoridades del condado para seguir atajando las peplras de una comunidad estudiantil procedente de 160 países, que habla 56 lenguas y es la cuarta mayor de los Estados Unidos.

De superficie parecida a Cantabria, el condado de Miami-Dade tiene 2,7 millones de almas con una renta per capita de 41.883 dólares



Vista del barrio financiero y burgués de Brickell, en el centro de Miami

Florida, con un paro de 3,6% y una población creciente, necesitará incorporar 1,7 millones de nuevos trabajadores hasta 2030

lares –libre de carga impositiva– y más de 1.000 multinacionales. El alcalde ostenta el máximo poder ejecutivo. Lo integran 34 municipios, cada uno a su vez con otro alcalde local a la cabeza. Miami es el mayor, pero su marca tira tanto que el nombre del condado queda muchas veces mutilado y todo es Miami. Allí aterrizamos María José y yo este verano para trabajar dos meses en la “capital de las Américas”, el lugar predilecto de las empresas españolas para iniciarse en Estados Unidos y/o para gestionar desde aquí sus operaciones en Latinoamérica.

Barbacoa a la sombra de árboles de mango

Pronto nos sacudimos la imagen pelicular de vicio y crimen registrada en el inconsciente. “Corazoncitos, la producción audiovisual es fuerte, pero CSI Miami ni siquiera se rueda aquí, sino en Los

Angeles”, nos contaba Luz Helena –una colombiana que hace más de tres décadas cambió Nueva York por Miami Beach– mientras preparaba en el patio de su casa a la sombra de dos enormes árboles de mango la barbacoa del 4 de julio con salchichas de Luisiana y carne de vaca tejana. Picada con un inocente comentario mío sobre el tamaño del condado, decidió mostrármelo en coche; desde Aventura, Bal Harbour y Sunny Isles, nuevo gueto de millonarios –“dicen que muchos rusos, pero también chinos”–, hasta Doral, Homestead y *Key Biscayne* [o *Key Bispain* por su gran concentración de españoles], pasando por Kendall, los chics Coconut Grove y Coral Gables, o el modesto Hialeah, la quinta ciudad más grande del estado con un 95% de población hispana. Imposible pasar por allí, ver a los lugareños en sus porches ya caída la tarde y no pensar en Néstor Camacho, el policía cachas de ascendencia cubana, protagonista de *Back to blood*, la novela sobre la inmigración hispana que en 2011 Tom Wolfe ambientó en Miami.

Este es un lugar seguro que ha abrazado a ciudadanos del mundo, donde el 51,1% de la población ha nacido fuera y los españoles, por el mero hecho de serlo, somos calorosamente acogidos. En los sesenta fueron los refugiados cubanos, hoy élite política y económica del

De superficie parecida a Cantabria, el condado tiene 2,7 millones de almas con una renta per capita de 41.883 dólares y más de 1.000 multinacionales.

condado, luego haitianos, colombianos, centroamericanos, argentinos, venezolanos, y ahora vuelta con los nicaragüenses... Ricos y pobres. Más del 45% de la población es hispana. “Tienen unos lazos emocionales enormes con su país de origen y eso asegura que la primera generación y parte de la segunda nos lea”, nos explicó el venezolano Nelson Mezerhane, vicepresidente de Grupo Mezerhane, propietario desde 2013 de *Diario de las Américas*, periódico en español fundado el siglo pasado por un nicaragüense.

Vargas Llosa y el barrio de Brickell

Las crisis latinoamericanas son el pan nuestro de cada día para Miami. Durante décadas, esta ciudad, santuario de inmigrantes, ha cus-

odiado los fondos que huían de dictaduras, corralitos, secuestros y crisis de toda índole. “Qué suerte pasar tres días en Miami, libres de todo esto”, le dice Marisa a su amiga Chabela en la novela de Mario Vargas Llosa, *Cinco Esquinas*, ambientada en la época de Fujimori cuando ambas viajan desde Lima para alojarse “en uno de los edificios de Brickell Avenue”, con vistas al mar. La clase alta latinoamericana ha sido, y sigue siendo, compradora de propiedades de lujo en Miami, la plata de un sector boyante que, con altos y bajos, garantiza la parte del león de los ingresos anuales del condado, gracias a las altas tasas sobre bienes inmuebles. Cada vez que un país se va al foso, el dinero busca refugio en los bancos internacionales de banca privada de Miami; actualmente, y según distintas fuentes, los fondos venezolanos representan hasta el 30% del negocio de muchas entidades.

Las autoridades han salido a vender el condado y no es playa lo que ponen sobre la mesa, sino su posición de acceso a mercados globales. Un ejemplo: Network Access Point of the Americas, el centro de procesamiento de datos por el que viaja la mayor parte de la información por Internet de Centroamérica y Sudamérica está en Miami. En los últimos seis años, el empleo en el sector tecnológico es el que más crece (40%) seguido de comercio, logística y aviación, (24% ambos). Otro ejemplo: el aeropuerto es uno de los pocos certificados por IATA como hub farmacéutico global. La industria de ciencias biológicas y la sanidad es el segundo con más empleados, 141.205, y ha crecido un 13%...

Este suplemento, que comenzó con una reunión con el presidente de AmChamSpain, Jaime Malet, en el hotel Palace de Madrid en mayo, terminó la semana pasada con la visita a Toledo del responsable de Desarrollo Económico y Comercio Internacional de Miami-Dade, Manny González, un cubano americano de abuelos gallegos: “Llámennos misioneros, llámennos idealistas, pero nuestro objetivo es dejar un futuro mejor para Miami. Nuestro gobierno es transparente; si traen un buen proyecto y nos gusta, lo compramos; no necesitan venir de parte de nadie. Solo ustedes y su idea”.

Una producción de:

MyMmerchan.com

Para más información sobre la producción de futuros suplementos, contacte con: + (34) 609 589 074

Suplemento especial producido por www.mymmerchan.com

El Economista no se hace responsable de la información y opiniones vertidas en este suplemento, siendo www.mymmerchan.com el único responsable de sus contenidos.

Agradecemos el apoyo recibido del Consulado General de España en Miami, de la Oficina Económica y Comercial de España en Miami, de AmChamSpain, de la Cámara Oficial de Comercio España-Estados Unidos en Miami y del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio Internacional de Miami-Dade County.

Redacción: Eva Martín Gómez

Producción: María José Fernández Nebreda

Diseño gráfico: ADOS Publicidad



CARLOS A. GIMÉNEZ, ALCALDE DEL CONDADO DE MIAMI-DADE

“Nos estamos convirtiendo en una de las grandes ciudades de los EE UU”

El máximo responsable del condado cree que a finales de siglo, cuando se hable de las tres principales metrópolis estadounidenses, se hablará de Nueva York, Los Ángeles y Miami.

El despacho de Carlos A. Giménez evidencia su pasado como bombero y jefe de Bomberos de Miami, profesión bien amada por este hombre de raíces vascas, nacido en Cuba en 1954 y emigrado a los EE UU siendo niño. Casado y con tres hijos, no faltan fotos entre ellas con su esposa, de quien dicen es inseparable desde la universidad. Se curtió como administrador —máximo cargo ejecutivo— de la Ciudad de Miami, la más poblada del condado, donde mostró ser poco amigo de impuestos, corroborado ésto en su cargo actual al haber realizado la mayor rebaja impositiva de la historia de Miami-Dade: “He ahorrado a los contribuyentes 2.000 millones de dólares”. Lleva a gala mantener sus promesas, aunque a veces cuesten, como aguantar gratis el acceso al *metromover* que hasta sus colaboradores íntimos le reprochan. De él dependen, entre otros, el puerto y el aeropuerto, los dos grandes motores económicos del condado. A falta de escándalos, sus adversarios le recriminan el deficiente transporte público y los atascos. “Hay algo mucho peor que tener tráfico: no tenerlo”, defiende. Su mandato, iniciado en 2011, finaliza en 2020. Es republicano. Le respaldan 40 años de servicio público.

PREGUNTA: Unos 50.000 españoles expatriados viven en Miami-Dade. Sólo Londres está por delante, pero la mayoría de la Inversión Extranjera Directa de España a EE UU se dirige a otros estados. ¿Qué ocurre? ¿Cómo vendería usted el condado?

RESPUESTA: Los españoles ya saben lo que muchas compañías no. Una de nuestras ventajas es la ausencia del impuesto sobre la renta, tanto en el estado de la Florida

“Los españoles ya saben lo que muchas compañías no. Una de nuestras ventajas es que ni el estado de la Florida ni el condado tienen impuestos a la renta”

como en este condado. Es el mejor lugar cuando se busca hacer negocios con EE UU y Sudamérica. Nuestro aeropuerto es el primero de la nación por carga importada y el puerto uno de los tres, en la costa Este, preparado para recibir barcos post Panamax. Además está conectado a un tren que accede al 70% de la población al Este del Mississippi, en menos de cuatro días. Hablamos su idioma. Nos estamos convirtiendo en una de las grandes ciudades de los EE UU y creo que a finales de siglo, cuando hablen de las tres principales urbes hablarán de Nueva York, Los Ángeles y Miami.

P: ¿Qué importancia da Miami-Dade a España?

R: Para nosotros, España es el “mother country” (madre patria), del mismo modo que para los americanos anglosajones es Inglaterra. Yo vine de Cuba. Aquí tenemos nicaragüenses, colombianos, venezolanos, gente de toda Sudamérica y Centroamérica y nuestras raíces están en España, no en Inglaterra, o Alemania. ¿En qué otro lugar de EE UU va usted a poder hablar en español con un alcalde que representa a casi 3 millones de personas? Somos nativos bilingües. Creo que las compañías siguen la inercia

histórica de invertir en lugares tradicionales como Nueva York y Los Angeles, pero ¿sabe en qué ciudad estadounidense se crean más startups?

P: En Miami.
R: Exactamente

P: Publicaron recientemente ése y otro dato llamativo: entre 2012 y 2018, el empleo en el sector tecnológico es el que más está tirando.

R: Es parte de mi legado. En 2011 dependíamos demasiado del turismo y del sector inmobiliario. Necesitábamos diversificar. Queremos que el próximo Amazon y el próximo Facebook se creen en Miami. Jeff Bezos no nació aquí, pero sí se educó aquí y tuvo que irse para buscar oportunidades. Nuestra estrategia es crear un tejido industrial que retenga el talento, para que nuestros hijos y nietos no tengan que marcharse y seamos un polo de intercambio con el mundo, no solo con Latinoamérica. A veces digo que lo mejor de Miami-Dade es que hablamos la lengua, tenemos las leyes y estamos junto a los EE UU.

P: Se oye decir que no cree en trenes, ni en la alta velocidad para el condado. ¿Es cierto?

R: Me gusta el tren, pero habría que pedir fondos al gobierno federal y el proceso puede demorarse 8-10 años. Por eso no miro hacia Washington. Creo que estamos en la frontera de una revolución tecnológica en transporte. No quiero ser el último que compre un *flip phone*, sino el primero en tener el *smartphone* más avanzado. No quiero hacer inversiones multimillonarias en tecnología que pronto quede obsoleta.

P: ¿El primero que utilice taxis voladores?

R: O coches autónomos. Estamos desplegando tecnología de Ford, mapeando las calles de Miami-Dade para cuando estén disponibles. Sé que algo viene. En 3-5 años veremos muchas cosas; mientras tanto, utilicemos la tecnología existente. Por ejemplo, el sistema de Tránsito Rápido de Autobuses o los semáforos inteligentes, que ya estamos instalando en el condado, porque aunque aumentemos el transporte público, creemos que el 95% de las personas seguirá conduciendo.

P: ¿Está preparado Miami para un alcalde no hispano?

R: Sí. Dennis Moss, por ejemplo, el comisionado del distrito 9 que tiene 100.000 votantes (30.000 afroamericanos) es afroamericano. A mí me eligió una combinación de hispanos, blancos y afroamericanos y aunque soy republicano, me votaron muchos demócratas. Este es un cargo no partidista. Parte de nuestra fuerza es nuestra diversidad de etnias, lenguas... El 60% de las personas que viven aquí no nació aquí y nadie se siente extranjero. Al margen de que tengamos problemas, nos llevamos bastante bien, mientras que en otras partes de los EE UU esto crea tensión. Estoy orgulloso de esta comunidad.



#AdvantageMiami:

Donde Convergen Tacitas de Café y la Tecnología.

Miami tiene la ventaja que su empresa necesita para alcanzar el crecimiento y la prosperidad a escala global.



HOLA

53% de la Población de Miami es Bilingüe



\$923,6 Millones de Intercambio Comercial entre España y Miami-Dade



0% Impuestos Locales o Estatales a los Ingresos Corporativos



#2 Ciudad en EE.UU para Banca Internacional



2,7 Millones en la Fuerza Laboral



100+ Consulados Extranjeros, Oficinas de Comercio Exterior y Cámaras Binacionales de Comercio



#2 en Residentes Nacidos en el Extranjero con Títulos Avanzados



1,400 Empresas Multinacionales Prosperan en la Región

Descubra su #AdvantageMiami hoy.

BeaconCouncil.com

Finalista: Amazon HQ2 Top 20



FRANCIS SUÁREZ, ALCALDE DE LA CIUDAD DE MIAMI

El alcalde espiritual

Elegido por aplastante mayoría, el primer edil de origen cubano nacido en Miami, confía en la tecnología para superar desigualdades

inversores internacionales. “Ayer tuve aquí al gerente del Fondo Soberano de Qatar”, nos decía Suárez el día de esta entrevista a principios de agosto. “¿Qué significa esto? Que los inversores confían en nosotros, que somos un destino seguro y que tenemos un gobierno abierto que les invita a venir. Hace quince años, esta ciudad comenzó una fase de desarrollo, apoyada con fondos sudamericanos pero también de Nueva York y otras partes de Estados Unidos que revitalizaron el suelo, impulsando el crecimiento del sector inmobiliario. Tuvimos dos olas; una muy alternativa y funky, apreciable en barrios nuevos como Wyndwood y otra en

Los grandes inversores tomaron conciencia de Miami y vinieron chinos, turcos, israelíes... Según Suárez, con ellos desembarcaron miles de personas que querían ser partícipes de “la experiencia de ser miamense y todas las opciones culturales, deportivas, turísticas, etc que ofrece la ciudad. Hemos crecido un 60% en seis años. En 2009 teníamos un presupuesto de alrededor de 500 millones de dólares. Este año aprobaremos un presupuesto de 1.000 millones”.

aquí viven y ponerlo al servicio de la tecnología. “Yo creo que no existe una industria en este mundo que no se haya visto afectada radicalmente por ella. Como alcalde, quiero que el talento de nuestra sociedad se quede aquí y que sea bienvenido el de fuera, solo así podremos desarrollar una industria con salarios bien remunerados que nos mantenga conectados con el mundo”.

Ciudad pobre, ciudad rica

En Miami, con un 27% de la población viviendo bajo el umbral de la pobreza, el alcalde es consciente de que lo que ha sido bueno para unos ha impactado negativamente a otros. “Somos una ciudad pobre y el coste del nivel de vida ha seguido subiendo. Ninguna ciudad es perfecta, pero tenemos la obligación moral, y así lo estamos haciendo, de destinar parte de nuestros recursos a mejorar la calidad de vida de toda la comunidad”, afirma. De ahí, su apoyo a la vivienda social y también a una educación que permita aprovechar el capital intelectual de todos los que

Spanish connexion

El adjetivo que más repiten los conocidos para describir a Francis Suárez es “espiritual”. Hijo de alcalde, casado con una maña de origen cubano y padre de dos niños, es amigo de Alejandro Sanz y de Rene y Sergio Ramos. Una camiseta dedicada de éste último cuelga de su despacho. En la antesala, la imagen de Madre Teresa de Calcuta con una cita inspiradora.

El pasado mes de julio, el día que la Ciudad de Miami cumplía 122 años, su alcalde Francis Suárez lo celebraba en una radiante foto, brindando a lo George Clooney, café cubano en mano, y el gesto de ‘va por ustedes’. Tras él, el azul de mar y el verde de las palmeras asomándose por las ventanas de su despacho en la alcaldía a orillas de Bahía Vizcaína, adonde llegó hace seis meses apoyado por casi el 86% del electorado. Dentro, parece el salón acogedor de una casa de vaca-

ciones, prerrogativa de la urbe que le vio nacer y que en él ha depositado su confianza, para liderarla hacia un futuro global que no excluya a nadie y en el que el alcalde cree que la tecnología lo impregnará todo. El cargo de Suárez es 100% político, puesto que en esta ciudad –a diferencia de lo que ocurre con el condado– el poder ejecutivo recae sobre su administrador; en la actualidad, el veterano Emilio González. Miami está viviendo un momento único por su poder de atracción de

“Hemos crecido un 60% en seis años”

la que vinieron los mejores arquitectos del mundo para diseñar museos, hoteles, rascacielos... Con su llegada se produjo un fenómeno exponencial ‘si ellos están invirtiendo allí, yo también’.



JUAN CARLOS PEREIRA, DIRECTOR EJECUTIVO DE SPAIN US CHAMBER

“El mercado americano es el sueño para cualquier compañía europea”

Desde hace cuatro meses Juan Carlos Pereira es el director ejecutivo de Spain US Chamber, la Cámara Oficial de Comercio de España-Estados Unidos, país éste último en el que él lleva nueve años. ¿Su tarea? Desarrollar y fortalecer los vínculos comerciales entre empresas y profesionales con intereses en EE UU, España y Latinoamérica.

“Es clave que los empresarios que lleguen a la Florida nos visiten y conozcan los servicios, programas y actividades que ofrecemos a los miembros. Cuanto antes entren en escena mejor, en tanto que la red de contactos que se desarrollan a través de la cámara pueden resultar muy útiles, personal y empresarialmente hablando. El mercado americano es el sueño para cualquier compañía europea pero sus 300 millones de consumidores, que desde fuera pueden

percibirse como homogéneos, resultan un reto al repartirse entre cincuenta estados variopintos que además compiten entre ellos”, señala Pereira. Desde el punto de vista de tasas de crecimiento económico, algunos pueden parecer economías emergentes, mientras que otros están muy desarrollados. Por eso advierte que desembarcar en EE UU requiere “trabajar mucho, bien y tener una pizca de suerte”.

Pereira se refiere a los dos primeros años de vida de la empresa en EE UU como la “travesía del desierto” y opina que a veces es útil asociarse a compañías locales, ya que el mercado es muy proteccionista y hay que conocerlo en profundidad, incluida la normativa que le pueda afectar, tanto a nivel municipal, como estatal y federal.



JAIME MALET, PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE EE UU EN ESPAÑA

“Tenemos una ciudad amiga en el primer mercado del mundo”

El empresario y abogado Jaime Malet preside la Cámara de Comercio de EE UU en España desde 2002, aunque desde 1993 no ha pasado ni un solo año en el que no haya ido a Miami al menos una vez; la última hace siete meses. Malet opina que es importante que las empresas españolas y sus dueños sepan que hay una ciudad hispana que está en EE UU y que es enormemente cercana a la cultura y a la forma de pensar españolas. “Tenemos una ciudad amiga en el primer mercado del mundo”, dice.

EE UU fue durante 2016-2017 el primer destino para la inversión directa española con un volumen de 7.890 millones de dólares y mantiene un stock acumulado de 68.000 millones de dólares. “En quince años, España ha saltado del puesto 36º al 11º como inversor en EE UU”, pero pensar que este país es con-

vencional es un error. Es la primera economía mundial, con el 20% del PIB global, el tercer país más habitado y el cuarto más grande y además tiene una renta per cápita 20.000 euros superior a la media europea. Estas circunstancias hay que tenerlas en cuenta porque es un mercado donde hay mucha especialidad”. En este contexto, “Miami cumple la función innegable de ser el vínculo entre EE UU, el Caribe y buena parte de Latinoamérica, y de ser –junto con Madrid– una de las grandes capitales de la hispanidad”. Malet no conoce a ningún empresario o directivo que haya venido con quejas sobre la acogida empresarial o el nivel de vida en Miami. “Las autoridades están haciendo un trabajo excepcional. Todo lo que se ha construido en torno al arte y a la cultura, o por ejemplo el embellecimiento progresivo de la costa hacen que sea una ciudad enormemente interesante y atractiva”.

“En quince años, España ha saltado del puesto 36º al 11º como inversor en EE UU”

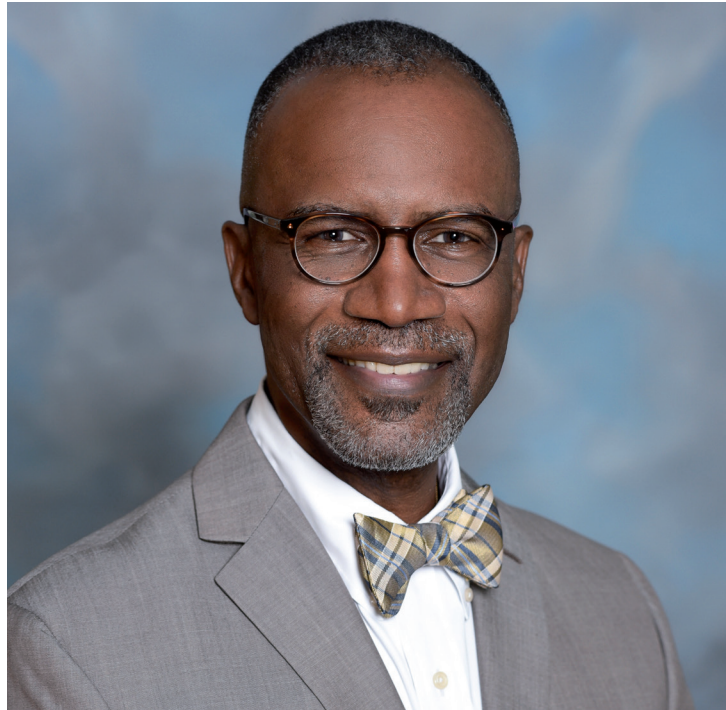
THE MIAMI-DADE BEACON COUNCIL

Cuando Amazon toca tu puerta

The Miami-Dade Beacon Council, la agencia de desarrollo económico de Miami-Dade presidida por Michael A. Finney, capitaliza ser una de las veinte ciudades que compiten por la segunda sede del gigante de la logística. En juego, 5.000 millones de dólares

Ninguna noticia reciente ha dado un empujón mayor a la imagen de Miami como destino empresarial que la de haber sido elegida una de las veinte ciudades —de un total de 238— entre las que Amazon decidirá instalar su segunda sede. Sirva un dato para entender el clima eferescente que vive. Desde 1985, The Miami-Dade Beacon Council, la agencia oficial semipública de desarrollo económico del condado de Miami-Dade, ha ayudado a instalarse a casi 1.000 empresas que han correspondido con 4.700 millones de dólares en inversiones. Amazon, sola, prevé invertir 5.000 millones.

Con esta baza sobre la mesa, ¿qué le dice el instinto a Michael A. Finney, presidente y CEO de The Miami-Dade Beacon Council, sobre las posibilidades de triunfar compitiendo con ciudades como Nueva York y Washington? “Como organización hemos elegido no torpedear la posibilidad de ganar, solo porque otros lo hagan. Me encanta competir y que me reten y este es el primer gran reto que tenemos: elaborar la me-



jor propuesta para mostrar lo que Miami puede ofrecer a una de las compañías más representativas

del mundo. De momento, han reconocido que Miami es un lugar deseable”.

Finney se describe como optimista por naturaleza, “si no lo eres, te desmoralizas rápido porque la mayor parte de las veces no se gana. Con Amazon teníamos inicialmente 0,2% de probabilidades, ahora 5%”. El entorno y la cultura de Miami, su ubicación y acceso por mar y aire a los 1.000 millones de consumidores en Latinoamérica es una oportunidad que, según el presidente, ninguna otra comunidad con las que compiten tiene tan sencillo. Cuenta también con la fuerza laboral y el talento llegado tanto a Miami-Dade como a Fort Lauderdale y Palm Beach, las capitales de los condados linderos del norte conocidos como Sur de la Florida. “Nuestro capital humano abarca toda esa área, porque el desplazamiento es sencillo gracias a Brightline, el tren que las conecta. Cada semana se instalan aquí 1.000 personas y 600 eligen Miami-Dade”.

¡Cool Miami!

Finney es una de ellas. Él y su esposa sustituyeron las nieves de Michigan por ‘Advantage

Miami’, el eslogan con el que The Miami-Dade Beacon Council promueve las ventajas de Miami-Dade y su plan estratégico de desarrollo económico ‘One Community One Goal’ [Una Comunidad, Un Objetivo]. “En estas decisiones familiares, mi mujer decide tanto como yo: ‘Mike, Miami es un sitio bastante cool’ dijo. Quienes nos dedicamos al desarrollo económico sabemos cómo investigar los pros y contras de una comunidad; en este sentido, los informes macro y micro que facilita el Miami-Dade Beacon Council son excepcionales. Una de las cosas que me atrajo fue la diversidad de Miami, compuesta de minoría —hispanos, negros y asiáticos— que representan la mayoría y son el motor económico del estado de la Florida. No encontrarás eso en ninguna otra parte de los EE.UU. Es una oportunidad única la que tengo de vivir en un mundo inimaginable”. Finney camina desde su nuevo hogar a la oficina, aunque guarda en el garaje su Corvette Classic del ‘71.



ALYCE ROBERTSON, DIRECTOR EJECUTIVA DE MIAMI DDA

“La gente va a seguir necesitando socializar en espacios públicos”

A muchos jóvenes que han emigrado desde zonas muy urbanas como Madrid o Sao Paulo les atrae más el rascacielos que la vivienda individual del extrarradio”, dice Alyce Robertson, directora ejecutiva de Miami DDA, (Downtown Development Authority), la Agencia de Desarrollo del Centro de Miami. Bordeado por el Río Miami al este, aquí se mezcla lo viejo y lo nuevo; desde el ajetreado epicentro del moderno barrio de Brickell al sur, pasando por los nuevos focos de atención de Edgewater y Wynwood al norte y la pintoresca Bahía Vizcaína al este.

Industria financiera, inmobiliaria, comercio y turismo son los sectores tradicionales, pero la industria tecnológica también crece. Con una población de casi 90.000 personas, la mitad entre 25 y 44 años, Downtown es tan diverso que unas veces parece La Habana, otras Nueva York, Dubái o Madrid. Desde 2.000, la población residente ha crecido un 150% y se espera que en cinco años alcance los 120.000. Actualmente, la renta familiar media ronda los 110.000 dólares.

Miami DDA promociona el desarrollo de una economía sólida atrayendo nuevos negocios e inversión local, incluyendo nombres conocidos como Amancio Ortega. Una de los proyectos más estimulantes de la zona es Brickell City Center, abierto en 2016, y que ha ejercido de imán para traer al barrio marcas únicas como Zara y Adolfo Domínguez, además de restaurantes vanguardistas, un cine de lujo, el espacio de coworking WeWork, oficinas y pisos.

Según DDA, el comercio al por menor mueve 4.500 millones de dólares y cada m2 de espacio genera ventas anuales de 5.350 dólares. En los próximos tres años, 130.000 m2 saldrán al mercado, pero a Robertson no le inquieta la tendencia millennial de comprar por internet: “la gente va a seguir necesitando socializar en espacios públicos y Brickell es fabuloso para ese fin, con una arquitectura espectacular, tiendas y restaurantes a rebosar. Pasamos mucho tiempo creando espacios urbanos donde la gente pueda juntarse y caminar”.



El portaaviones de España en Miami-Dade

The Miami-Dade Beacon Council es asiduo a España y es probable que en un futuro lo sea aún más. Mario Sacasa, vicepresidente senior de Desarrollo Económico Internacional, recuerda que su primera misión comercial representativa a España

ña data de 1998 y fue correspondida a principios de 2.000 con una misión española a Miami, celebrada en el mítico Biltmore Hotel en la ciudad de Coral Gables. “Ahí nos dimos cuenta del gran interés del gobierno español y de la empresa privada por la internacionalización. Históricamente, el 53% de los proyectos completados pertenecen a empresas de otros estados de los EE.UU. Del resto, España representa un tercio del total, con 112 empresas y una inversión inicial de 225 millones de dólares. Somos su portaaviones en América y hemos ayudado a desembarcar desde pymes a la gran banca y Telefónica. Actualmente tenemos 10 proyectos activos en finanzas, logística, comercio y diseño creativo”.

Inversiones españolas atendidas a través de The Miami-Dade Beacon Council en 2016-2017

Empresa	Compromiso de inversión	Empleos creados
Ackermann Beaumont Group	200.000 \$	10
Auxadi	300.000 \$	4
Cosentino	1.100.000 \$	85
Etxart & Panno (EP Spain LLC)	500.000 \$	10
IMABE US	350.000 \$	10
Total:	2.450.000 \$	119

* Fuente: The Miami-Dade Beacon Council, con datos de U.S. Census Data

El epicentro de la recesión diez años después

Según Ilona Vega, responsable de Desarrollo de Negocio en DDA, “Downtown Miami fue el epicentro del estallido de la burbuja inmobiliaria en 2008 y desde entonces ha recibido más de 10.000 millones de dólares de inversión en proyectos que

la están transformando en una ciudad global. Recibimos inversores de todo el mundo; por ejemplo, este año una delegación con más de 100 cataríes. Vefas a los jeques por las calles. Yo nunca había visto eso aquí”.

EL PUERTO Y AEROPUERTO DE MIAMI GENERAN UN IMPACTO ECONÓMICO COMBINADO ANUAL DE 74.400 MILLONES DE DÓLARES. DESDE 2014 ESTÁN UNIDOS POR UN MODERNO TÚNEL QUE ATRAVIESA LA CIUDAD, CONECTÁNDOLOS EN ESCASOS 20 MINUTOS. AMBOS SE RETROALIMENTAN. SON EL PRIMER PUERTO DE CRUCEROS DEL MUNDO Y EL PRIMER AEROPUERTO POR CARGA IMPORTADA EN LOS EE UU.

JUAN KURLYA, CONSEJERO DELEGADO DEL PUERTO DE MIAMI

Un puerto que vale un Potosí

El 60% del negocio del Puerto de Miami lo generan los cruceros, pero la dirección también ambiciona duplicar su volumen de carga



Imposible cruzar MacArthur Causeway, el puente entre Miami y South Miami Beach sin girarse hacia Dodge Island. Seis cruceros gigantes de Carnival y Norwegian, seguidos de grúas de Royal Caribbean. El poderío es evidente. Juan Kuryla, consejero delegado del puerto de Miami, trabaja allí desde hace veinte años y habla con emoción contagiosa. A ojo de pájaro, la isla semeja una cabina de control del AVE lista para zarpar. Sobre una foto gigante Kuryla apunta con el índice a una terminal de contenedores: “En cinco años, con 40 millones de dólares de inversión, estará renovada y tendrá tecnología RTG para agilizar el procesamiento y duplicar su capacidad que ahora es del 80-85%”.

El impacto económico del puerto de Miami asciende a 43.400 millones de dólares y genera 334.500 empleos. Se estima que seguirá creciendo, al haber concluido inversiones masivas de dragado y ensanchamiento, y adquirido nuevas grúas que permiten el atraque de barcos Post Panamax. Además, un túnel directo a la red de autopistas interestatales ha barrido 400.000 camiones del centro de la ciudad. Según Kuryla, “la reapertura del canal de Panamá ha sido un éxito para Miami. Recibimos 3 ó 4 barcos post Panamax semanales. Acabamos de cerrar el año fiscal en septiembre y las cifras provisionales muestran un crecimiento récord del 5%, sobrepasando previsiones. Somos el puerto de cruceros número uno del mundo con 5,5 millones de pasajeros y además movemos 1,07 millones de TEUs”.

A vueltas con el paralelo 39

Casi el 50% de la mercancía que entra en La Florida lo hace por puertos no estatales como Savannah y Charleston. “¡Siempre me molestará! Hemos estado trabajando con las navieras y el porcentaje ha bajado, pero no lo suficiente. Estamos conversando con el grupo ferroviario mexicano que compró FEC (Florida East Coast Railway) para desviar la carga que llega a la costa Oeste o la que entra en camiones cruzando la frontera mexicana. Es más rápido traerla a Florida y despacharla hacia el noroeste y sur-atlántico. La legislación federal también perjudica a Miami y su principal mercadería, los perecederos, al prohibir que determinados productos que requieren por ley un periodo de “curación” lleguen a puertos al sur del paralelo 39 (a la altura de Filadelfia). Hemos avanzado; ya podemos traer uvas, arándanos y cítricos. Ahora trabajamos con el Departamento de Agricultura de los EE UU para reducir las inspecciones y el método aplicado, que perjudica a la Florida”, explica. Pase lo que pase, a Kuryla le gustaría tener barcos alrededor de “toooooo” el puerto. Su recomendación a las autoridades es tener más muelles para construir terminales en las que puedan atracar barcos de 1.050 pies, pero para eso necesita seguir ensanchando el canal. “En la terminal F pueden entrar barcos con 5.000 pasajeros y en noviembre Royal Caribbean, tras una inversión de 200 millones de dólares, inaugurará otra con capacidad para un millón de pasajeros. Hay más en construcción. En 2019 alcanzaremos los 6,6 millones de pasajeros. Es lo que hace un puerto, reinvertir y reinventarse”, concluye.

LESTER SOLA, DIRECTOR Y CONSEJERO DELEGADO DEL DEPARTAMENTO DE AVIACIÓN DE MIAMI-DADE

Un delta en el aeropuerto

Unos 4.000 millones de dólares costará rediseñar las instalaciones de MIA, para expandir su capacidad de mercancía y pasajeros, según estima su máximo responsable

Al atardecer, la torre acristalada del hotel Four Seasons en el barrio burgués de Brickell refleja la imagen gigante de los aviones, adentrándose de forma escalonada en el océano. Vuelan tan bajo que parece que pudieras tocarlos, pero no. Por ley, los rascacielos con los que sueñan los promotores miamenses no pueden superar los 1.049 pies (319,73 m) de altura. Se blindó así la ruta oeste de uno de los dos motores económicos del condado, el Aeropuerto Internacional de Miami (MIA) el mayor nido de aeronaves de la Florida. Casi 271.000 personas trabajan directa o indirectamente en él, generando 31.000 millones de dólares anuales, según datos de Miami-Dade.

MIA mueve 44 millones de pasajeros anuales, la mitad en viaje de negocios por Centro y Sudamérica, Caribe y Europa. “La capacidad en pista se acerca a los 80 millones de pasajeros pero en la terminal es de 50 millones. Estamos viendo cómo rediseñar ese delta para ampliarla, incluyendo también más espacio para carga aérea. El 63% de los productos perecederos que entran en EE UU lo hacen a través de MIA” dice Lester Sola, director y consejero delegado del Departamen-

to de Aviación de Miami-Dade. “Mi meta es definir cómo luciremos a 5-10 años y a 15-20 años. Ya se ha invertido mucho construyendo las nuevas terminales norte y sur, ahora queda la más grande, la central”.

Licitación a la vista

El asunto no es baladí. Se trata de un proyecto de 4.000 millones de dólares, que se financiará con participación público privada. “Hay mucho interés en este tipo de desarrollos en EE UU; antes de la licitación estamos hablando con empresas internacionales, españolas incluidas”. Nada nuevo para Sola, que ha sido responsable de proyectos de infraestructura superiores a 13.000 millones de dólares, dirigiendo el Departamento de Agua y Alcantarillado del condado. Esta es la cuarta vez en 26 años que trabaja en MIA. Conoce bien los entresijos del aeropuerto y quiere que la remodelación libere espacio para la superficie comercial central y sur y que sean los futuros adjudicatarios de contratos a 10, 15 y 20 años quienes construyan y estructuren sus negocios. Una ley reciente y controvertida les obligará también a pagar un salario mínimo. “Tenemos más de 200 comercios y sabemos que factu-



“Buscamos vuelos con Tenerife y Barcelona”

otro aeropuerto de la Florida. No pensamos que tenga un impacto negativo en sus ventas”, opina.

En paralelo, la tarea de Sola y su equipo es seguir ampliando las conexiones directas globales. “Gestionamos una media de 1.000 vuelos diarios de 105 aerolíneas a 153 destinos. “Estamos creciendo en Europa. Air Italia ha sido la última en llegar. Londres es el destino número uno, Madrid es noveno. Buscamos vuelos con Tenerife y Barcelona. Y estamos apostando muy fuerte por Asia. Nos decían que nunca tendríamos suficiente carga y dijimos ‘probemos con China Airlines un vuelo semanal’ ¡Ya vamos por cuatro! Tenemos cuatro aerolíneas de China y Japón haciendo exclusivamente carga. Queremos que traigan pasajeros porque sabemos que hay unas 300.000 personas que llegan a Atlanta, New York, Los Ángeles y San Francisco para ir a Sudamérica vía Miami. Mejor si llegan directos a MIA”.



El peso de la carga

“Tenemos el mayor centro de fumigación de perecederos de los EE UU y 45.000 m2 de cuartos fríos”, dice Emir Pineda, director de Aviación Comercial y Logística. Es el primer aeropuerto que IATA certifica como hub farmacéutico en EE UU. El transporte de flores con Bogotá, donde Atlas vuela dos veces diarias, y con Al-

smeer (Holanda) donde vuela Martinair es muy próspero; dos semanas antes del 14 de febrero mueven 9.000 TM de flores. Fedex ocupa una extensa área y quiere duplicarla. Otro ejemplo de la atracción de Miami es la llegada de la israelí El Al. Exigía tener su propio sistema de descompresión para descartar explosivos en la carga. Ahí está: una estructura, desapercibida para profanos, que costó 1 millón de dólares y ganó un cliente.

Más de 300 empresas españolas operan desde Miami-Dade

En el Consulado General de España en Miami están registrados más de 53.000 españoles

Si el estado de la Florida fuera un país, su PIB le situaría como la 17ª economía mundial y Miami-Dade sería su principal contribuyente. Ubicado en el Sur de la Florida, el condado actúa como un poderoso imán para las empresas españolas. De las más de 300 que ICEX tenía registradas a mediados de 2018 en él, la gran mayoría tiene su sede en Miami y alrededores. Hay factores culturales para ello. De hecho, según Inmaculada Gutiérrez Carrizo, consejera Económica y Comercial de la Embajada de España para el sureste de los EE UU, "Miami es el lugar de todo el país donde más y mejor se conoce a España".

Históricamente, la inversión española directa en el condado tiene a la banca al frente: Banco Santander, BBVA Compass y Banco Sabadell llevan ya dos décadas. También Telefónica opera allí desde hace años. Cuenta una abogada, ex empleada de la multinacional, que fue precisamente un ingeniero español trabajador de la operadora en Miami a quien Apple entregó con total secretismo y sigilo una caja custodiada por varias personas, para que testara el producto que encontraría en su interior. Era el primer iPhone

que saldría al mercado poco después de que él y un grupo muy reducido de ingenieros brillantes en todo el mundo pasaran, individualmente, diez días testándolo e informando al fabricante de sus impresiones.

En Miami-Dade están Indra Sistemas, Amadeus, la empresa de biotecnología Igenomix y compañías de infraestructura y obras públicas como Acciona y Blumaq. En un condado donde prima la imagen, el diseño y la arquitectura de vanguardia, el cluster del azulejo español tiene nombre propio y buena reputación: Porcelanosa, Cosentino, Dune Cerámica, Cuéllar Arquitectura de Mármol... Además de haber canalizado inversiones hacia el condado, este sector contribuye al superávit de comercio bilateral marítimo que mantiene España con Miami-Dade. Según el Informe del Puerto de Miami 2017-18, España es el 15º país más importante por tráfico marítimo con 13.623 TEU's anuales, siendo el 8º por importaciones por valor de 321,85 millones de dólares y el 25º para exportaciones, con 48,93 millones. Aunque las cifras no dejan de estar a años luz del primer mercado para el puerto, China con

"Miami es el lugar de todo el país donde más y mejor se conoce a España"

184.175 TEU's y 4.806 millones de dólares, en Europa, sólo Italia y Holanda están por encima de España. Eso atrae a especialistas en logística como, por ejemplo, Raminatrans.

Abundan las empresas de servicios de comunicación y marketing; por citar alguna, EFE, HispanoPost, Llorente y Cuenca, Atravia y Avante Américas. Esta última registrada en Coral Gables, la ciudad del condado que más recuerda a España y en la que se ubica el ajetreado Consulado General, en el mismo edificio que la Consejería Económica y Comercial. Según fuentes consulares "se registra una media de 500 españoles al mes. Ya hay más de 53.000, la mayoría viviendo en el Sur de la Florida. La enseñanza bilingüe crece, hay siete colegios públicos con educación primaria y secundaria español-inglés y más de 50 profesores



Un barco de carga, procedente del Puerto de Miami, navega a la altura de la desembocadura del Río Miami

españoles. El bilingüismo se refleja, según los expertos, en un plus salarial del 15%".

Mario Buisán, hasta junio director general de Industria y Pymes, opina que si llevas a cabo la política correcta, cualquier empresa puede

tener éxito en EE UU; ahora bien, requiere, entre otras cosas, tener visión a largo plazo, estrategia bien definida, estudio de viabilidad, buenos abogados y anticipar que por menos de 500.000 dólares anuales será difícil mantener una estructura empresarial básica".

Oído en Miami

"Hace diez años se decía que Miami era el centro comercial de las Américas. Eso hoy ha cambiado porque el flujo comercial con Asia, especialmente con China, sigue creciendo y sentimos que en nuestro ADN está grabado ser una ciudad global. Así es como se nos va a ver. Una de nuestras ventajas es que estamos muy bien conectados con el mundo. Para WTC Miami, España

es uno de los diez mercados más importantes en los que seguir creciendo. Por ejemplo, con el sector de bebidas y alimentación, donde las españolas son asiduas al American Food and Beverage Show, celebrado a principios de esta semana, un evento que reúne a unas 12.000 empresas de 90 países, y donde su presencia es siempre importante".



Charlotte Gallogly, presidenta de World Trade Center Miami

"Florida ya existía como territorio español antes de constituirse los EE UU, así que no podemos decir que los españoles vengán de nuevos; simplemente están regresando al lugar en el que ya estuvieron. La empresa española entiende muy bien que al sur de Miami hay 700 millones de personas y un gran

potencial de crecimiento, y otros 300 millones al norte a los que no se puede ignorar. Allí donde hay comercio, hay banca apoyándolo. Cuando yo fui presidente la Asociación Internacional de Banca de la Florida (FIBA) ya había 40 bancos internacionales con más de 400.000 millones de dólares en depósitos".

Roberto R. Muñoz, jefe de equipo de Banca Comercial en FCB Florida Community Bank y presidente entrante de World Trade Center Miami

Acompañarte Este es nuestro compromiso.

Un compromiso que, en realidad, son muchos más:

- gestores y profesionales especializados a su disposición
- acompañamiento en la internacionalización de su empresa
- soluciones de financiación a medida

Banco Sabadell, juntos con nuestros clientes en Miami y en cualquier otra parte donde estén.

Contactenos en:
info@sabadellbank.com
web: bancosabadellmiami.com

B Sabadell
Estar donde estés

MIAMI-DADE TIENE MÁS DE 250.000 ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS REPARTIDOS ENTRE INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS. LOS RESPONSABLES DE MDC, MIAMI BUSINESS SCHOOL Y EL RECIÉN ATERRIZADO BABSON COLLEGE OPINAN SOBRE EDUCACIÓN EN EL SUR DE LA FLORIDA

DR. EDUARDO PADRÓN, PRESIDENTE DE MIAMI DADE COLLEGE (MDC)

“Paso mucho tiempo creando amigos”

Obama llamó al MDC ‘la fábrica de los sueños’. Fundado en Miami en 1960, es el colegio universitario que más hispanos y negros gradúa en los EE UU. Buena parte de la élite política y económica de Miami Dade ha pasado por sus aulas. Un cubano americano, defensor del derecho a la educación universal, lo dirige desde 1995

Nadie a quien le importe la educación debería dejar de seguir al Dr. Eduardo Padrón, presidente del Miami Dade College (MDC), una de las mayores instituciones universitarias de los EE. UU., a la que él llama “ascensor social”. Tiene más de 160.000 alumnos, procedentes de todo el mundo, y es apodada como el ‘college de la democracia’. Economista, educador y referente de la clase dirigente educativa americana, el Dr. Padrón es también un filósofo empeñado en que el talento, “que es universal”, encuentre su oportunidad, “que no lo es”. Esta entrevista tuvo lugar el pasado 15 de agosto en el Wolfson Campus. El presidente cuidó todos los detalles, invitándonos a una gran sala con amplias vistas “al edificio más bello por dentro de todo Miami” y nos sirvió croissants y cafés en tacitas de porcelana fina. Se le ve coqueto. Es un hombre elegante, de estilo clásico, pero con modernas gafas de montura roja muy unamuniana. Su conversación pausada, su forma de transmitir ideas y, sobre todo, su trato acogedor y sin artificio dejan huella. De ascendencia española, considera a España un “poquito” suya. Entre sus condecoraciones están la Orden de Isabel la Católica, el Juan Ponce de León y la Medalla Presidencial a la Libertad.

PREGUNTA: ¿Hacia dónde lleva usted al MDC cuando la tecnología está cambiándolo todo?

RESPUESTA: Hoy, más que nunca, hace falta esta institución. Las ciudades compiten sobre la base del talento. El talento es universal pero no lo es la oportunidad de desarrollarlo. En los EE. UU., más de dos tercios de los empleos requieren educación post-secundaria y hay seis millones de puestos que quedan sin cubrir. El paro afecta a quienes no tienen educación superior. Las universidades no producen la cantidad necesaria de graduados que demandan ciertos sectores tecnológicos. Eso impide un progreso más ágil. Sí, la tecnología avanza a pasos agigantados, pero eso crea oportunidades. La

realidad aumentada, la inteligencia artificial, el advenimiento de la analítica de datos, la ciberseguridad... todos esos campos que no eran carreras hace cinco años, son ahora las más populares. Instituciones como MDC son la gran invención norteamericana en educación.

P: ¿En qué se distingue?

R: En que no es elitista. Hasta hoy, las universidades se vanaglorian exhibiendo cuántos estudiantes excluyen, no cuántos incluyen. Son costosísimas y exigen las mejores calificaciones. Yo digo que esos estudiantes van a triunfar a pesar de la universidad. Pero ¿qué pasa con la gran mayoría que no tuvo la oportunidad de ir a colegios exclusivos en primaria y secundaria?, ¿quién le da cabida? Miami Dade College. Hemos comprobado que el talento, cuando se le da oportunidad, surge y sube como la espuma. Esta institución abrió las puertas a los inmigrantes, a los pobres, a todos. La gran mayoría de la clase dirigente hoy en Miami, empezando con este señor aquí [señalándose a él mismo] son producto del MDC, que ha sido catalizador de la esperanza y una muestra de lo que los inmigrantes pueden hacer por una ciudad como Miami. Porque a Miami la hicieron los inmigrantes. La mayoría de los fundadores eran de las Bahamas, negros. Después Miami se mezcló. Aquí no pasaba nada. Fue un pueblo moribundo hasta los años 60 ó 70, cuando los cubanos empezaron a revolver esto y a crear cosas maravillosas y eso atrajo a otros. Miami es hoy lo que es gracias a la visión, la determinación y el gran trabajo de todos los inmigrantes.

P: Usted fue uno de ellos ¿qué opina de la política migratoria del gobierno federal?

R: ¡Por Dios! Es como un mal sueño, una pesadilla... El pueblo americano es humilde y generoso, sin embargo, la cara que hoy se presenta de él en España, en Europa, en todos lados, es lamentable. La política migratoria de hoy día no es consistente con los prin-



“Muchos padres envían a sus hijos a MDC porque es un pasaporte para las mejores universidades”



Arriba, el Dr. Eduardo Padrón. Abajo “el edificio más bello por dentro de todo Miami”. Albergará la Escuela de Arquitectura y otras carreras creativas, una vez finalice su rehabilitación

cipios de nuestra nación, fundada por inmigrantes. Tampoco es afín al Siglo XXI. El Congreso no ha podido progresar en este tema tan sensible...

P: ¿Están reciclando a trabajadores formados en el siglo XX?

R: Un porcentaje cada vez mayor de nuestro cuerpo estudiantil son personas que se dan cuenta que tienen que cambiar de carrera, adquirir nuevas destrezas si desean mantener sus puestos o tener acceso a los nuevos empleos que sur-

gen cada día. Esos nuevos empleos requieren títulos universitarios y el Miami Dade College y otras instituciones, han ajustado sus metas para proveer el entrenamiento necesario.

P: Ayer me saltó un *popup* sobre el programa en Ciberseguridad de MDC.

R: Estamos creando el centro de ciberseguridad más avanzado de la nación. Tenemos a bancos en lista de espera para enviar a sus empleados. Estará abierto quince horas diarias, siete días a la semana. La necesidad es grandiosa.

P: ¿Y cómo captan a los profesores? Ahí te tienen que enseñar los mejores.

R: Sí. Y cuestan caro. La industria viene y les ofrece el doble. Tienes que buscar a esas personas que son muy buenas y que además tienen vocación. Tenemos compañías que trabajan con nosotros constantemente. En los EE. UU. hay dos cosas únicas; una es que las empresas colaboran con las instituciones educativas y nos ayudan en algo a compensar el salario de esos individuos; nos permiten que sus ejecutivos enseñen, que muchos de los profesores trabajen en la empresa para reciclarse. La otra es el concepto del *alumni*. A los ex-alumnos se les crea la conciencia de tener un deber con la institución que los preparó. Los rectores en España y América Latina me dicen: ‘Pero ¿y cómo ustedes hacen eso? Porque aquí los ex alumnos no dan un centavo!’. Yo les respondo que aquí, si no fuera por ellos, estaríamos muy mal. Si dependiésemos solo del estado, no tendríamos lo suficiente. Esa es una de las grandes bendiciones culturales de este país. Ahora hay una fundación que va a donarnos 20 millones de dólares y tengo otra que nos ha dado más de 150 millones.

P: ¿Y dan sin pedir o piden algo a cambio?

R: ¡Amor, eso hay que trabajarlo! Muchas veces sin pedir porque reconocen el trabajo de la institución, pero yo digo que antes de tú pedir dinero, tienes que crear amigos. Yo paso mucho tiempo creando amigos.

P: ¿Cómo han respondido las empresas españolas en Miami? ¿Ha hecho amigos?

R: Muchos, pero ni en Europa en general, ni en España en particular hay esa tradición. Hay grandes excepciones, por ejemplo, Banco (Sigue en pag.9)

Retazos de la conversación con el Dr. Padrón

Volver o no volver a Cuba. That's the question

“Yo he vuelto. Era importante renovar los nexos con los parientes. Esto es una cuestión muy conflictiva entre los cubanos fuera de Cuba. La patria siempre llama. Es la tierra que

nos vio nacer. No podemos perder la esperanza de que algún día el pueblo cubano pueda disfrutar de todas las libertades que garantiza la democracia.

Matar a un ruiseñor, su novela favorita

“Reflejaba las crueldades que se cometieron con los negros en este país —¡Que todavía... es bastante! — y me hizo reflexionar sobre lo que yo quería ser, sobre mi vida y mi papel en defensa de los derechos humanos”

¿Le llamaban loco y se formó el jelengue!

“Un día de viaje en Barcelona vi *muuuucha* gente haciendo cola y entré a ver qué había. Eran libros y libros. Semanas después en Buenos Aires vi el mismo fenómeno. ¿Por qué no podíamos crear una Feria del Libro aquí y traemos a los autores? Me creyeron loco. Hasta los editores de periódicos decían que estaba trastornado; ¿quién en 1983 iba a venir al centro de Miami, que era un desierto, a ver libros

y autores? ¡*Naaadie!* Pero conseguí involucrar a librerías y a otros y formamos el jelengue. ¡Llegaron 25.000 personas! Hoy recibe en torno a 400.000. También organizamos el Festival de Cine de Miami. Por aquí entraron a EE. UU. Almodóvar, Banderas...”

Miami, la ciudad donde los hispanos se sienten de primera “En Miami nos asimilamos. Los hispanos no nos sentimos de tercera. Es más, desafortunada-

mente nos sentimos que somos más de primera que los otros. En otras ciudades de los EE. UU. usualmente se les considera como ciudadanos de tercera clase. Aquí en poquitos meses son parte de la comunidad y llegan a ser líderes en todos los renglones. Eso no ocurre en New York, ni en Boston, ni en Chicago donde el control es férreo y no puedes penetrar las esferas del poder”

“Hemos comprobado que el talento cuando se le da oportunidad surge y sube como la espuma. Esta institución abrió las puertas a los inmigrantes, a los pobres, a todos”

Santander. Patricia [Ana Patricia Botín, presidenta de la entidad] ha sido un ángel.

P: ¿Un estudiante en Harvard tendrá mejores oportunidades que en la Universidad de Miami o en el MDC?

R: Acaban de publicar un estudio, originado en Stanford, que evalúa a las instituciones por su habilidad para sacar a las personas del umbral de la pobreza. MDC ocupa el primer lugar. Harvard es una gran institución, pero no está al alcance de la gran mayoría de los estudiantes. ¿Quién puede pagarla? Si estamos hablando de oportunidad, creo firmemente en que el talento es universal, pero la oportunidad no lo es. El éxito lo define el aporte y la dedicación del individuo, de aquella persona que al recibir la oportunidad de progresar, la aprovecha al máximo y se prepara para alcanzar sus metas. Para eso existen instituciones como MDC, lugares donde las puertas del éxito están abiertas para TODOS. Cuando observamos quiénes son los líderes tanto en el sector público como empresarial de nuestra ciudad sabemos que la gran mayoría se formaron en las aulas de Miami Dade College.

P: ¿Cuánto cuesta estudiar en MDC?

R: Con 3.000 dólares pasas un año, pero no incluye los libros, que son más caros que casi la matrícula. ¿No sabes cuánta gente no tiene 3.000 dólares para entrar! Muchos padres envían a sus hijos a MDC por ser el pasaporte para las mejores universidades: Harvard, Yale, Princeton... Su reputación es increíble y esas instituciones tienen mucha presión para dar oportunidades a las minorías y a los de abajo. Graduamos a más hispanos y negros que ninguna otra institución. Vienen y se llevan a los más brillantes. La labor social de ser la gran puerta hacia la oportunidad es el verdadero papel de la universidad del siglo XXI. A MDC se le llama el *college* de la democracia por eso.

P: Y Obama le condecoró a Usted con la Medalla Presidencial a la Libertad en 2016.

R: Y me emocionó. Cuando piensas cómo llegué a este país el 21 de julio de 1961 ¡Mira si me acuerdo! Adolescente, sin un centavo, responsable de un hermano menor –lo cual me hizo papá de él desde el día que puse un pie en los EE. UU.– sin saber el idioma, sin conocer la cultura, sin tener a nadie aquí... Después de haber lavado muchos platos, haber limpiado muchos inodoros, haber hecho todo tipo de trabajos en este gran país –que a pesar de todos sus defectos, es un país de oportunidades– poder haber llegado adonde estoy y recibir ese reconocimiento –el honor más grande para un civil que da el gobierno de los EE. UU.– se me salieron las lágrimas. No creo que en ningún otro país del mundo hubiese ocurrido.



Aprender a emprender

Uno de cada cinco emprendedores en Miami lo hace por necesidad

comienza sin buenos cimientos, antes de tres años muere”. Negocios familiares y emprendimiento fue el pilar tradicional de Babson. Ahora también tiene liderazgo y emprendimiento de mujeres: “Somos los únicos en los EE UU con un centro y hace tres años trajimos el WINLAB (*Women Innovating Now*) a Miami, un acelerador de negocios gratuito, financiado por Knight Foundation, Fedex y Akerman. “Solo 3% de inversiones al emprendimiento van a mujeres. Este año hemos recibido el doble de solicitudes que en 2017”. El último pilar introducido por Babson es innovación social, “los *millennials* no solo quieren saber hacer plata, sino cómo la hacen. Por ejemplo, sería extraño que invirtieran en la industria tabaquera”, concluye Trindade.

Solo 3% de inversiones al emprendimiento van a mujeres

Babson College es la escuela de negocios número uno del mundo en emprendimiento, según el ranking de *US News & World Report*. Nuestra intención es serlo también en Miami”, afirma Gustavo Trindade, director de la sede que la institución bostoniense acaba de abrir en Miami. Lo hace a punto de cumplir 100 años, siguiendo su estrategia de estar donde los estudiantes están. Miami es la cuarta ciudad del planeta donde más ex alumnos tiene y la primera entre 40 metrópolis estadounidenses por actividad de *startups*, según el Índice de la Fundación Kauffman en 2017. Esa es una buena razón para venir; “nos dimos cuenta de todo lo que podíamos hacer cuando, además, en ese mismo año, constatamos a través de nuestro Monitor de Emprendimiento Global [*GEM en inglés*] que aquí uno de cada cinco emprendedores emprendía por necesidad (y no oportunidad): 19% frente al 11% de media en los EEUU. Y cuando una empresa



Con 3,7% de desempleo, el mercado se mueve muy rápido en la Florida. “Buscar candidatos no es un proceso sino un arte. No sólo consiste en encontrar buenos candidatos, sino que hay que conseguir construir una estrecha relación con ellos para convencerlos de que ‘comprende’ el proyecto que les pones sobre la mesa, y eso requiere de altas dosis de empatía y capacidad de influencia y persuasión”, afirma Begoña González-Blanch, socia directora de Ackermann International Miami.

Encontrar un profesional le cuesta el doble de tiempo que en España. “Dar con el candidato perfecto exige contactar entre 100 y 150 profesionales, hay que darles facilidades para que participen en el proceso y ahorrarles el máximo de tiempo con herramientas como las videoen-

El arte de contratar

La experiencia en Miami de una cazatalentos española

trévistas. Y cuando encuentras el profesional adecuado, tienes que enviarle el contrato con rapidez, porque la competencia por el talento es muy alta”.

Un talento que cuesta más que en España. “Aquí un recién licenciado te pide 50.000 dólares anuales en su primer trabajo cuando una empresa española quiere que busques un ‘*country manager*’ por 120.000 dólares. Esa posición para una compañía que factura en torno a los 100 millones de dólares ronda en este mercado los 300.000 dólares y para una de 50 millones, los 200 o 220.000 dólares”.

“Un recién licenciado te pide 50.000 dólares anuales en su primer trabajo”



JOHN A. QUELCH, DECANO DE MIAMI BUSINESS SCHOOL

Un Midas en Miami

El británico que cambió la vieja América por la nueva promete que, en 2025 Miami Business School estará entre las 25 primeras de los EE UU

Dejó de ser profesor en Harvard para darle la vuelta a la Escuela de Negocios de la Universidad de Miami y lo primero que hizo fue invertirle el nombre para capitalizar la marca. Formado en Oxford, Wharton y Harvard, John Quelch llegó hace año y medio con reputación sobresaliente. Entre 2011 y 2013 logró incrementar los ingresos de CEIBS (*China Europe International Business School*) un 25%, superando los 100 millones de dólares, y subir su posición en los rankings internacionales. En 35 años, los estudios de caso de este experto en marketing han vendido más de 4 millones de copias. Así opina:

Dejar Harvard por Miami

“Cambié la vieja América por la nueva. Se acelera el desplazamiento del epicentro demográfico estadounidense hacia el sur: Texas, California y Florida. El

noroeste está debilitándose y esto es un microcosmos de cómo será América en cincuenta años”.

Retos de la ciudad

“Se asocia Miami a turismo y a playa. No se aprecia de forma substancial el capital intelectual existente y cuando se trata de vender educación superior, aún no se le reconoce internacionalmente como destino importante.

Nosotros somos parte de las principales 50 universidades de los EE UU y a escala global una universidad privada de investigación. Las clasificaciones que nos dan los rankings de la National Science Foundation son altas. Si trazas una línea recta entre Rice University en Houston y Emory en Atlanta, no hay mejor universidad para investigación al sur de esa línea que la Universidad de Miami. Tenemos una oportunidad enorme para capitalizarlo”.

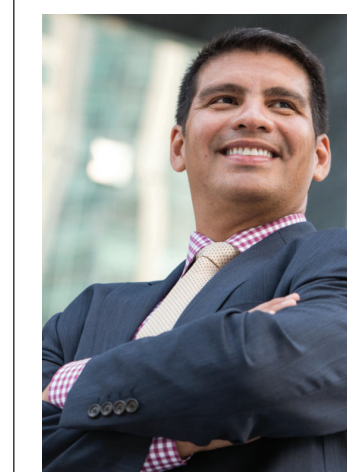
La fórmula de su promesa ‘25 en 25’

“La llamo las 4 F’s (*Faculty, Fame, Fortune and Fun - Profesorado, Fama, Riqueza y Diversión*). La atracción y retención de un profesorado brillante es la

prioridad número uno para cualquier institución, especialmente de investigación. Sin eso, no atraerás estudiantes brillantes ni vendrán empresas excepcionales para contratarlos. Es un círculo vicioso. Sin embargo, este año subieron un 12% las matrículas en nuestros programas de posgrado hasta casi 600 estudiantes; de los incrementos más fuertes entre escuelas de negocios mundialmente”.

El punto fuerte de Miami Business School

“El Master en Analítica Empresarial. Creemos estar en el *top 10* mundial. El ratio de solicitudes de matrícula es muy alto y la demanda de nuestros estudiantes por parte de las empresas también”.



El Downtown de Miami es el destino para negocios globales en el sur de la Florida.

El Miami Downtown Development Authority se dedica a ayudar con la apertura o expansión de su negocio en el Downtown de Miami, y a conectarle con grupos y organizaciones para facilitar el crecimiento y éxito de su negocio.

DWNTWN MIAMI MIAMIDDA
DOWNTOWN DEVELOPMENT AUTHORITY
MiamiDDA.com

LA BANCA PRIVADA CONCENTRA LA MAYOR PARTE DEL NEGOCIO DEL SECTOR ESPAÑOL EN MIAMI

Tres entidades operan desde el Sur de la Florida: Santander, Sabadell y BBVA Compass

El primer desembarco de la banca española en Miami se produjo hace más de dos décadas cuando el mercado español concluía, en casa, su propio proceso de consolidación. Entidades como el Santander manejaban desde Florida su negocio de banca privada internacional, centradas principalmente en Latinoamérica. Al fin y al cabo, "al cliente latinoamericano siempre le ha gustado tener su dinero en una jurisdicción muy segura y en dólares americanos", dice un banquero que trabaja en Miami, así que la elección de esta ciudad era una buena apuesta.

En esa primera etapa también habían aterrizado el Banco Sabadell y el BBVA. La segunda oleada de entidades españolas se produjo entre 1.999 y 2.007. Fue en ese periodo cuando parte de las cajas de ahorros que llegaron a suelo americano se lanzaron, empezando de cero, a financiar proyectos inmobiliarios en EE UU y en Latinoamérica. "Eran operaciones complicadas con las que no se habían atrevido ni siquiera los grandes bancos españoles y que ahora se diseñaban en los despachos de Miami y se ejecutaban en territorio latinoamericano. La crisis las barrió a todas y algunas desaparecieron hasta en España", asegura otro profesional del sector.

El mercado doméstico americano vivía, en paralelo, su propia consolidación. Según los datos de la FDIC (Corporación Federal Aseguradora de Depósitos, en sus siglas en inglés), una entidad público-privada que garantiza hasta 250.000 dólares por cuenta, EE UU tenía 8.315 bancos comerciales en el año 2.000. De todos los tamaños, pero predominaban las entidades muy pequeñas o medianas, susceptibles de ser compradas por los grandes bancos que quisieran integrarlas para crecer y hacerse con parte del negocio. Eso es lo que hizo, por ejemplo, Banco Sabadell que gestionó el crecimiento de su banca comercial a través de Sabadell United Bank, hasta su venta a Iberiabank en 2017.

La consolidación bancaria en EE UU continúa. En junio de 2018 quedaban 4.833 entidades de banca comercial. Todos los días cierra un banco. Este año van más de 185 y más de 112 se han fusionado, pero ya no queda banca comercial española. Solo tres bancos continúan operando desde Miami: Banco Santander, Banco Sabadell y BBVA Compass. La banca privada sigue siendo su principal fuente de ingresos.

MAURICI LLADÓ, DIRECTOR GENERAL DE BANCO SABADELL MIAMI BRANCH Y SUBDIRECTOR GENERAL DE BANCO SABADELL

“Este año alcanzaremos un volumen de negocios récord”

El cuarto grupo bancario español gestiona desde Miami todo su negocio de banca privada y corporativa para América, a excepción de México

Banco Sabadell lleva 25 años en EE. UU. y tiene actualmente la sucursal internacional más grande de la Florida. Desde Miami administra un negocio híbrido de banca privada y corporativa que da excelentes resultados prestando servicio al mercado de EE. UU. y Latinoamérica. Si bien su clientela de banca privada es de América Latina, en banca corporativa el 65% es estadounidense y el resto latinoamericano. "Esta plaza es clave: el 80% de los mercados que nos interesan están a un máximo de tres horas de vuelo, Miami gusta a nuestros clientes y aquí tenemos acceso a personal bilingüe de verdad", dice Maurici Lladó, director general de Banco Sabadell Miami Branch desde 2017. Ese año el grupo Banco Sabadell, donde es subdirector general, vendió su filial de banca comercial, Sabadell United Bank, a Iberiabank por 1.025 millones de dólares.

Lladó, que lleva diecinueve años en la ciudad, anticipa que 2018 será un año récord para Sabadell en Miami. A corto plazo opina que la principal duda es la bolsa americana: "Hay debate acerca de si está sobrevalorada. Sin duda el comportamiento de la economía de EE.UU. tiene un impacto fuerte en toda la región. Pero los clientes latinoamericanos que piensan y ahorran en dólares seguirán confiando en los bancos internacionales basados en Estados Unidos como refugio ante la inseguridad económica y personal de sus propios países".

P: ¿Por qué eligen los clientes al Banco Sabadell en Miami habiendo tantos competidores?

R: Primero, porque siendo un banco de primera línea con un gran tamaño ofrecemos un modelo de servicio boutique, y mucha más proximidad y servicio al cliente. Segundo, porque en Miami somos la única plataforma bancaria regional que combina banca privada y banca corporativa. Nuestro cliente de banca privada suele ser un empresario y la banca privada normalmente le atiende a él, pero no a su empresa ni a sus proyectos más estratégicos porque no tiene esas capacidades técnicas. En Sabadell Miami tenemos un modelo distinto, con dos equipos complementarios y bien coordinados, capaces de competir y generar fidelidad.

P: ¿Qué resultados espera para el cierre del año?

R: Este año alcanzaremos un volumen de negocio y resultados récord. Esperamos que, tanto en el total de activos gestionados en banca privada, como en la cartera de préstamos en corporativa nuestro crecimiento anual sea de dos dígitos. Ello nos permitirá invertir cerca de 15 millones de dólares en los próximos tres años en la mo-



“Estamos desarrollando un proyecto a tres años de 15 millones de dólares de inversión para modernizar nuestra plataforma tecnológica”

dernización de nuestra plataforma tecnológica y así seguir creciendo en el futuro. Después de 25 años seguimos comprometidos con Miami.

P: Históricamente, la banca privada atendía a clientes con un mínimo de 2 millones de dólares disponibles. ¿Qué límite tiene Sabadell?

R: El incremento del coste regulatorio asociado al negocio bancario, especialmente por tener un equipo de *compliance* tan potente, hace que los clientes pequeños no sean rentables y se les discrimine por tamaño. La banca

privada no es excepción. Nuestro modelo híbrido nos permite ser más flexibles. Nos gustan las familias y los empresarios que buscan una relación personal y a quienes podemos aportar valor en nuestros dos negocios, privada y corporativa. En EE UU ofrecemos nuestros servicios a clientes con una relación de negocio de 1 millón de dólares y potencial de crecimiento.

P: Parte de la banca ha pedido al gobierno americano que relaje la presión regulatoria. ¿Ustedes también?

R: En el blanqueo de capitales no puede haber relajación regulatoria, es el coste de hacer negocios en EE. UU. El sistema asegura la calidad de nuestros activos y nos protege frente al riesgo reputacional, garantizando nuestra continuidad a largo plazo. Aunque siempre quedarán mercados más permisivos para captar a aquellos clientes que no califiquen en EE. UU., nos sentimos cómodos con el *status quo*.

P: ¿Rechazan muchas aperturas de cuentas por motivos regulatorios?

R: Hay varias fases en el proceso de aceptación de un nuevo cliente que incluyen, entre otras, las entrevistas con el banquero, las búsquedas en bases de datos y otros análisis previos del equipo de *compliance*. La gran mayoría de los potenciales clientes que no cualifiquen serán descartados durante este proceso de selección que es muy riguroso. El porcentaje que llega a la etapa final de decisión y es rechazado es irrelevante.

P: ¿Y a empresas haciendo negocios con gobiernos?

R: Sin duda toca abstenerse con los PEP's (*Personas Políticamente Expuestas, en sus siglas inglesas*). Con compañías o empresarios que tienen relación con gobiernos de países afectados por mayores niveles de corrupción, somos extremadamente prudentes.

P: ¿Que destacaría de Miami?

En diecinueve años la transformación ha sido increíble, especialmente en Brickell, el distrito financiero, y toda la orilla del mar y la bahía. Art Basel ha sido la mejor jugada que ha hecho la ciudad en mucho tiempo. Además de ser un destino de vacaciones consolidado, ahora también lo es de negocios. Miami es una ciudad mucho más cosmopolita y multicultural, y excelente para tener familia. Creo que las autoridades han hecho lo correcto; salir con fuerza a vender Miami y lograr acceso a la demanda global tanto de turistas como de inversores.

Esa es la dirección correcta y la prueba es nuestra presencia en la ciudad.



En la imagen superior de esta página Maurici Lladó. Abajo, fachada de la sede de Banco Sabadell Miami Branch

Aviso a navegantes: ¡A Miami se llega con los deberes hechos!

Al frente de la sección española de Banesco USA está José Ramón Purroy, vicepresidente del área de Desarrollo de Negocio, un aragonés que asesora a empresas en sus avatares por el Sur de la Florida

En Banesco USA entendemos la idiosincrasia del cliente internacional. No es fácil que un banco americano pueda o quiera comprender la cultura, expectativas y necesidades de este tipo de cliente”, dice José Ramón Purroy, vicepresidente del área de Desarrollo del Negocio de Banesco USA. “Nuestra atención es totalmente personalizada. Hacemos una banca centrada en el cliente, innovando y aplicando los cambios tecnológicos. Estos aspectos son clave. Hemos logrado un crecimiento sostenido y una rentabilidad superior a la media del mercado local, con una posición de solvencia que nos ha permitido acometer importantes inversiones, para impulsar la transformación digital. Esto permite seguir mejorando tanto la experiencia como los servicios que ofrecemos a nuestros clientes”.

Los avances tecnológicos y la entrada de las Fintechs han forzado



cambios en el sector financiero que busca adaptarse a la transformación digital. Esta es una realidad amenazadora para muchos de los bancos comunitarios del Sur de la Florida; sin embargo Banesco USA se está preparando

para tomar el liderazgo. “Miami es ideal para una empresa española mediana que no tiene mucha experiencia internacional, opina Purroy. “Para ella, la entrada a EE UU por Miami, es siempre mucho más fácil. Desde aquí

atendemos a empresas que trabajan, tanto en el resto del país, como en Latinoamérica”.

Según este aragonés, este es un mercado muy competitivo y hay que llegar con los deberes hechos. “En la post-crisis española llegaron muchos emprendedores que trataron de arrancar negocios aquí. Sin un buen plan de negocio, sin recursos financieros y sin estatus migratorio definido, es muy complicado llegar a tener éxito. Este no es un mercado al que se pueda venir a improvisar. Por suerte vemos que las empresas que están llegando en los últimos tiempos lo hacen cada vez más preparadas y profesionalizadas. Es muy importante asesorarse bien y escoger a los compañeros adecuados. El éxito de una empresa española en su proceso de internacionalización puede suponer la creación de empleos tanto en origen como en destino.”

“Miami es ideal para una empresa española mediana que no tiene mucha experiencia internacional. Para ella, la entrada a EE UU por Miami, es siempre mucho más fácil”

¿Qué ofrece Miami?” La seguridad jurídica, la rapidez y facilidad en los tramites para poder crear una empresa. Esta es una sociedad *pro business*. Miami además es un centro logístico de referencia que se suma a la ya de por sí gran influencia económica, política y cultural que ejerce sobre toda la región. Es una gran plataforma para hacer negocios en y con Latinoamérica”.

Otras voces del sector

La banca privada y los vehículos de inversión favoritos del cliente latinoamericano

“El individuo con patrimonio elevado de América Latina no es distinto al europeo o al americano. Tiene una cartera variada, aunque con una particularidad

que lo diferencia; la ubicación del activo es distinta, ya que tiende a tener más renta fija en mercados emergentes. Su percepción del riesgo en su país de origen no coincide con la que tienen los bancos. Por ejemplo, para un mexicano invertir en México es muy seguro, pero la banca en EE UU lo considera un país emergente”

El 11-S y la normativa para evitar que haya fondos que financien el terrorismo o las actividades ilícitas

“Hace quince años los estándares estadounidenses eran muy rigurosos pero, con el paso del tiempo, otros países han acabado copiando las exigencias regulatorias americanas. EE UU marca tendencia en el mundo y

la banca no es una excepción. Hoy ninguna jurisdicción se puede permitir no tener estándares altos de prevención de blanqueo de capitales”

El Departamento del Tesoro y “la policía del mundo”

“A los bancos se les impone ser ‘la policía del mundo’, aunque ahora las exigencias

también recaen sobre las compañías de seguros de títulos. Esta es una conversación que la banca ha mantenido con los reguladores. La realidad es que los visados para que un individuo entre en EE UU los da el gobierno, no el banco. Hacemos todo lo que podemos y tenemos que hacer y nos cuesta un dineral”

Francisco J. García-Nieto ha vivido el ajetreteado aparecer y desaparecer de buena parte de la banca española que ha operado en el Sur de la Florida hasta quedar las tres entidades que inicialmente comenzaron hace dos décadas: Banco Santander, Sabadell Miami Branch y BBVA Compass. “Lo fácil es comprar un banco. Lo difícil, implementar un sistema tecnológico en EE UU tan puntero como el que tiene la industria en España, sin la masa crítica de clientes que lo haga rentable. La normativa, los productos, los procesos son tan diferentes que obligan a empezar casi de cero y exigen inversiones millonarias, en

FRANCISCO J. GARCÍA-NIETO, VICEPRESIDENTE SENIOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO, BCI SECURITIES

“Este es un mercado importante para banca privada y de inversión”

un mercado donde la mayoría de bancos son muy pequeños. Esto requiere un crecimiento orgánico y vía adquisiciones relativamente rápido sin descuidar la calidad crediticia”, estrategia llevada a cabo, por ejemplo, por City National Bank, el tercer banco más grande de Florida con más de 13.000 millones de dólares en ac-

tivos. Forma parte del grupo chileno BCI y compró recientemente TotalBank al Banco Santander tras que éste absorbiera Banco Popular. Según la opinión de este abulense, la industria financiera en Miami es ahora mucho más relevante que hace diez años, pero cree que “le faltaría tener algún catalizador

adicional como por ejemplo un mercado nacional oficial; como *soft commodities*, o materias primas diferentes de metales, u otros *securities*. No es fácil ni probable pero al igual que Chicago tiene el mercado de Materias Primas y de Derivados y Nueva York el NY Stock Exchange o Nasdaq, si Miami lograra uno propio, pro-

yectaría su imagen financiera a escala global. De cualquier modo, este es un mercado importante para banca privada y de inversión. Florida es tras Nueva York el estado donde hay más individuos con activos líquidos superiores a 30 millones de dólares”.

“Florida es tras Nueva York el estado donde hay más individuos con activos líquidos superiores a 30 millones de dólares”



miami-airport.com
iflyMIA

TWO PORTS
DOS PUERTOS

DOUBLE THE IMPACT
DOBLE EL IMPACTO





PORTMIAMI
portmiami.biz
PortMiami



NO SIN MI ABOGADO. COMO SABEN LOS SEGUIDORES DE LA SERIE *THE GOOD WIFE*, LOS AMERICANOS DEMANDAN Y LO HACEN CON FRECUENCIA, Y LOS BUFETES SON CAROS, PERO MÁS CARO, DICEN, ES NO TENERLOS. HUNTON ANDREWS KURTH, GREENBERG TRAUIG Y HOLLAND & KNIGHT FORMAN PARTE DE ESA ÉLITE PROFESIONAL ESTADOUNIDENSE DE LA QUE NO SE DEBE PRESCINDIR.



REBECCA LEON, SOCIA DE HOLLAND & KNIGHT

De reglas, normas y reglamentos

EE UU es un país propenso al litigio, conviene tomar precauciones

Somos un país muy litigante, siempre puedes encontrar la forma de demandar por algo y hay un millón de maneras diferentes de hacerlo. Sólo tienes que pensar en la cantidad de leyes y reglamentos que tenemos a nivel federal y estatal y eso exige ir de la mano de un buen abogado”, explica Rebecca Leon, una abogada neoyorquina que dejó su ciudad para sumergirse en el sector financiero de Miami, industria en la que es experta. Ha trabajado para la empresa privada y también para los reguladores, por ejemplo, la Oficina Regional de la SEC (Comisión de Bolsa y Valores de los EE UU) en Nueva York.

Sus clientes (corredores de bolsa, gestores de fondos, asesores de inversión) pertenecen a un sector que se siente especialmente es-

cludriado. “A veces, cuando las compañías extranjeras abren sus oficinas aquí no se dan cuenta de lo detallada que es nuestra legislación, ni de lo que se les va a inspeccionar y a analizar, y deberían estar familiarizadas con todo el abanico de complicaciones que pueden surgir. Si haces las cosas bien, invirtiendo un poco de dinero desde el principio, evitarás muchas sanciones y multas”.

León explica que “aunque existen estos temas, el mercado estadounidense sigue siendo un mercado atractivo para inversores e instituciones financieras internacionales y se pueden implementar controles para evitar equivocaciones y también para protegerse. Estamos aquí para ayudar a que los negocios de nuestros clientes crezcan conforme a la legislación vigente americana”.



Arriba, la Corte del condado de Miami-Dade



FERNANDO C. ALONSO, SOCIO DE HUNTON ANDREWS KURTH

El Ibex a sus pies

Varias compañías del Índice Bursátil Español comparten este bufete en Miami

Durante más de veinticinco años, la gran banca española ha sido cliente de Fernando C. Alonso. En algunos casos concretos, incluso durante gran parte de su trayectoria en EE UU. Pero por su despacho también han pasado importantes empresas del Ibex 35 que le han tenido como asesor legal. Americano de origen cubano, Alonso dirige el área de la Península Ibérica y Latinoamérica en Hunton Andrews Kurth, bufete producto de la fusión, este mismo año, de dos firmas estadounidenses centenarias con más de 1.000 abogados en plantilla, y una de las mayores firmas de USA.

“Todo el proceso de desarrollo, por ejemplo, de uno de los bancos españoles en EE UU ha sido muy interesante; desde el empuje para crear una entidad de banca comercial muy exitosa, hasta su venta y la gran plusvalía obtenida en un momento estratégicamente muy oportuno”, dice. Ahora continúa apoyándoles en el crecimiento de sus operaciones de banca corporativa, con préstamos a sectores como el de infraestructuras, donde Alonso también ha asesorado históricamente a grandes grupos españoles y sus filiales de construcción, concesiones y servicios. Según Alonso, se percibe que hay un interés renovado por parte de las empresas españolas en EE UU y también que está llegando una nueva ola inversora que demuestra su compromiso con este mercado y su capacidad para realizar proyectos PPP e infraestructura. Alonso opina que “la ventaja que el bufete tiene con España es el idioma y

conocer muy bien el tipo de transacciones que realizan sus compañías”.

Experto en fusiones, adquisiciones, joint-ventures y operaciones transfronterizas, Alonso es también el secretario de la junta directiva de la Cámara de Comercio Oficial de España-Estados Unidos. Buen conversador, siempre prefirió la historia pero acabó estudiando Derecho en Yale, “por falta de imaginación” y tiene una larga lista de premios, aunque ninguno le motivaba tanto como “esa ráfaga de emoción que sientes cuando entra un proyecto de esos que te fuerzan a pensar. No nos dedicamos a las operaciones sencillas, sino a los casos más complicados que requieren sofisticación”. Los clientes “síiiiiiiii” le han quitado el sueño a veces: “forma parte del sufrimiento que uno tiene para asegurarse de que les representas correctamente”. Para los que pregunten por su minuta, el coste de una hora por su asesoramiento ronda los 895-900 dólares, pero opina que no es apropiado llegar a conclusiones con ese único dato, porque “da una idea falsa del coste total de un proyecto en el que también participa un equipo junior. Buscamos al cliente 100% satisfecho con transacciones a largo plazo y por el que me voy a matar para montar el equipo más adecuado”.

**HUNTON
ANDREWS KURTH**



YOSBEL IBARRA, CO-ADMINISTRADOR Y ACCIONISTA, Y ANTONIO PEÑA, ACCIONISTA, DE GREENBERG TRAUIG EN MIAMI

Bye bye, New York! Hello, Miami!

Los abogados de Greenberg Traurig creen que el mercado del Sur de la Florida está ganando enteros entre el capital privado de la Gran Manzana

Circula entre los inversores que Miami Beach se ha convertido en el sexto barrio de Nueva York; cada vez más empresas de servicios financieros se mudan al Sur de la Florida. Miami parece estar más de moda que nunca.

“Acabamos de representar a un fondo de inversión con activos de entre 20.000-30.000 millones de dólares que está trasladándose a Miami. Nueva York, tras la última reforma tributaria, se ha convertido en un lugar muy caro, pero también quieren aprovechar el esquema fiscal del Estado de la Florida que no grava las rentas del trabajo y beneficia al contribuyente en impuestos como el de la propiedad para la primera vivienda”, afirma Yosbel Ibarra. El fenómeno no es nuevo. Hace dos años, el multimillonario David Tepper hizo tambalear las arcas del estado de New Jersey cuando cambió el Este de los EE UU por el Sur de la Florida. Los motivos no son solo tributarios. “Recientemente estuvimos ayudando a un banco estadounidense, enfocado en Nueva York, a identificar empresas en la Florida que puedan necesitar capital”. Hay muchas que están creciendo. El sector tecnológico es un ejemplo. “La tendencia a invertir en él es clara. No vamos a decir que estamos al nivel de Silicon Valley, pero aquí el acceso al capital es menos competitivo.

Por otro lado –lo dicen las empresas– el talento en Miami es excelente, comparado con el costo de retenerlo. El futuro está ocurriendo acá”, dice este abogado.

Su compañero Antonio Peña, que es también presidente del Capítulo Interamericano de la Cámara de Comercio US-México, asiente. “Uno de nuestros clientes hizo una comparativa muy exhaustiva entre el Este y el Oeste de los EE UU para determinar el nivel de madurez del mercado tecnológico. En el Sur de la Florida el sector ha crecido de forma desorbitante”. No es casual que, en 2017, Miami fuera la ciudad con mayor actividad de startups de los EE UU, según el índice Kauffman. Ese sector necesita capital, al igual que las empresas que siguen entrando a EE UU por Miami, por ejemplo las españolas. “El cliché de que es la puerta hacia Latinoamérica sigue siendo cierto. Mucho de nuestro trabajo es con compañías latinoamericanas o españolas que empiezan aquí en Miami, pero que realizan transacciones fuera del Sur de la Florida, ya sea en otras partes de EE UU o en Latinoamérica. Se sienten cómodas, tienen el castellano y una sociedad hispana muy sofisticada que les ayuda a empararse del mercado americano de manera menos agresiva que si de repente se fueran a Nueva York, Chicago o California”.



CARLOS A. MIGOYA, PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO DE JACKSON HEALTH SYSTEM

“El 100% de los cirujanos de trauma de Israel se forman aquí, en Ryder Trauma Center”

Un banquero ha dado el vuelco a uno de los grupos sanitarios públicos más grande de los EE UU. En él se gradúan más de 300 residentes médicos cada año, incluidos los traumatólogos del ejército americano

impuestos”, dice. El programa de modernización, iniciado con ese capital y complementado por la reinversión de efectivo obtenido por el Jackson, le catapultará a un sistema sanitario de vanguardia, al invertir un total de 1.500 millones de dólares en la construcción de nuevas instalaciones y modernizar las estructuras y la tecnología existentes.

En Jackson Memorial Hospital, buque insignia del grupo, nació su hijo hace 38 años, con 680 gr de peso y puro milagro: o madre o hijo sobrevivirían, lo hicieron ambos. Habla del hospital siempre en plural, aunque las portadas del Miami Herald, atribuyéndole los logros de la institución, cuelgan de la pared de un despacho espartano, sobrado de personalidad.

Algunas píldoras sobre la institución que preside:

Cuentas en orden

“Somos un hospital público, universitario y de investigación. Ingresamos 2.000 millones de dólares al año y tenemos 30 millones de beneficio. Somos más de 12.000

empleados, incluidos unos 1.100 residentes; cada año graduamos a más de 300 médicos residentes en distintas especialidades y pagamos a la Universidad de Miami por la enseñanza, para que realicen aquí sus prácticas”.

Desmontar un mito

“Por ley, cualquier hospital en EE UU atiende urgencias. Mientras la obligación del privado es estabilizar al paciente, la nuestra es darle de alta 100% sano, tenga o no seguro, siempre que sea residente de Miami-Dade”.

Un milagro

“El Miami Transplant Institute es el tercero que más intervenciones realiza de los EE UU y número uno de hígado y multiorgánico. Antes, un trasplante de hígado se demoraba once horas, ahora menos de tres. El paciente está en la UCI un día en vez de tres”.

Sacando pecho

“Holtz Children’s Hospital está entre los mejores en EE UU, según el ranking de *US News & World Report*. Es uno de los hospitales

infantiles más grandes del sureste de EE UU. Somos conocidos en todo el mundo por nuestro equipo de especialistas pediátricos con experiencia en el tratamiento de niños con todo tipo de dolencias. También capacitamos a un mayor porcentaje de pediatras que en ningún otro centro médico en el sureste de los Estados Unidos”.

Traumatología

“Nuestro cuadro de residentes parece la ONU. Muchos regresan a sus países, pero siguen conectados. Somos especialmente buenos en traumatología. El 100% de los cirujanos de trauma de Israel se forman aquí, en el Ryder Trauma Center. También el 100% de los traumatólogos del Ejército estadounidense”.

Enfermedades importadas

“EE UU mira a Miami como puerta de entrada de enfermedades del exterior. Vigilamos mucho las infecciosas. La investigación exhaustiva de la Universidad de Miami en este hospital está por encima de cualquier otra institución en EE UU”.

Nos recibió puntual, pañuelo en la chaqueta, gemelos de plata en forma de bici, camisa blanca bordada en puño, manicura... Calvo. ¿Os gusta el pelo?, pregunta con gracia. Nieto de asturianos, casados con catalanes y emigrados a Cuba, —“¿No sé cómo eso funcionó, pero funcionó!”— llegó a Miami con 11 años. Estudió en MDC. Tocaba en una banda y luego se fue a Europa para conducir en Fórmula 3. De vuelta en Miami terminó Administración de Empresas, fue miembro de la junta directiva de AutoNation, el mayor distri-

buidor de vehículos de EE UU, y banquero durante 40 años. Cuando contemplaba retirarse, aceptó, *pro bono*, ser administrador de la Ciudad de Miami un año, 2010. Luego, eligió quedarse en Jackson Health System para ayudar a parar la hemorragia de un déficit de 450 millones de dólares. Desde su primer año han mantenido superávit. En 2013, los votantes aprobaron una emisión de bonos para invertir 830 millones de dólares en la modernización de las instalaciones y la infraestructura del Jackson. “Un logro, aquí no nos gusta pagar



Entrar en urgencias sin seguro y con 50 dólares

ValueDOC.com, *startup* fundada en 2013, aglutina intereses de pacientes y médicos

En el país de seguros médicos a más de 500 dólares el mes, Camilo Padrón, emprendedor miamense y experto en marketing, gestiona ValueDOC.com, portal prepagado de servicios sanitarios donde el usuario se registra

gratis y elige asistencia a precios competitivos, sin tener que desembolsar una cantidad mensual a una aseguradora. “Tenemos embarcados más de 150 médicos”, dice. Una entrada en urgencias cuesta hasta un 75% menos de

la media que, según la *startup*, cobra el mercado; y para un chequeo anual ofrece precios desde 90 dólares frente a 195 dólares. El doctor recibe el pago en 24 horas. Tras ValueDOC.com hay expertos sanitarios y tecnólogos. “En seis años, hemos visto en Miami un movimiento importante de desarrollo de tecnologías innovadoras y líderes que tratan de cohesionarlo”. Por ejemplo, Manny Medina, fundador de eMerge Americas, evento tecnológico

B2B que antes creó Terremark, vendida a Verizon por 2.000 millones de dólares. Fondos de capital riesgo como 500 Startups ya están en Miami. Padrón —que también colabora con la española Welever, empresa que mide el impacto social de personas e instituciones— cree que “es solo cuestión de tiempo que Miami se convierta en Silicon 305”, en alusión al código telefónico de Miami. “Necesitamos más historias de éxito”.

SOLUCIONES FINANCIERAS PARA TRIUNFAR EN USA



En Banesco USA te ofrecemos soluciones financieras innovadoras para triunfar en uno de los mercados más competitivos del mundo.

Contamos con la experiencia, el conocimiento y el equipo humano y tecnológico para ser tu mejor aliado.

¿Cómo podemos ayudarte?

internationaldept@BanescoUSA.com

1-888-228-1597



banescousa.com

Member
FDIC

Ese claro objeto de deseo

El suelo de Miami sigue estando de moda entre los promotores. Algunos de sus protagonistas repasan historia y experiencias

Miami gusta y mucho. A principios del siglo XX, el empresario de Chicago, James Deering, viajó en barco a Europa con su director artístico buscando inspiración en las casas señoriales francesas e italianas y muebles para su futura residencia a orillas de la Bahía Vizcaína. La llamó Vizcaya. Dicen que fue “la más compleja y sofisticada residencia privada en la Florida”. Tras él han llegado miles. Hasta los sesenta, la ciudad fue refugio de artistas pero tras la creación de Las Vegas enmudeció. Cuenta el promotor Michael Maxwell que cuando él vino a Florida nadie iba a Miami Beach, excepto los mayores, a morir. “Los veías sentados al sol en los porches. Era deprimente, no había ni restaurantes, ni tiendas. ¡Nada!. Y mira ahora todos esos hoteles de capricho a 400 dólares la noche”.

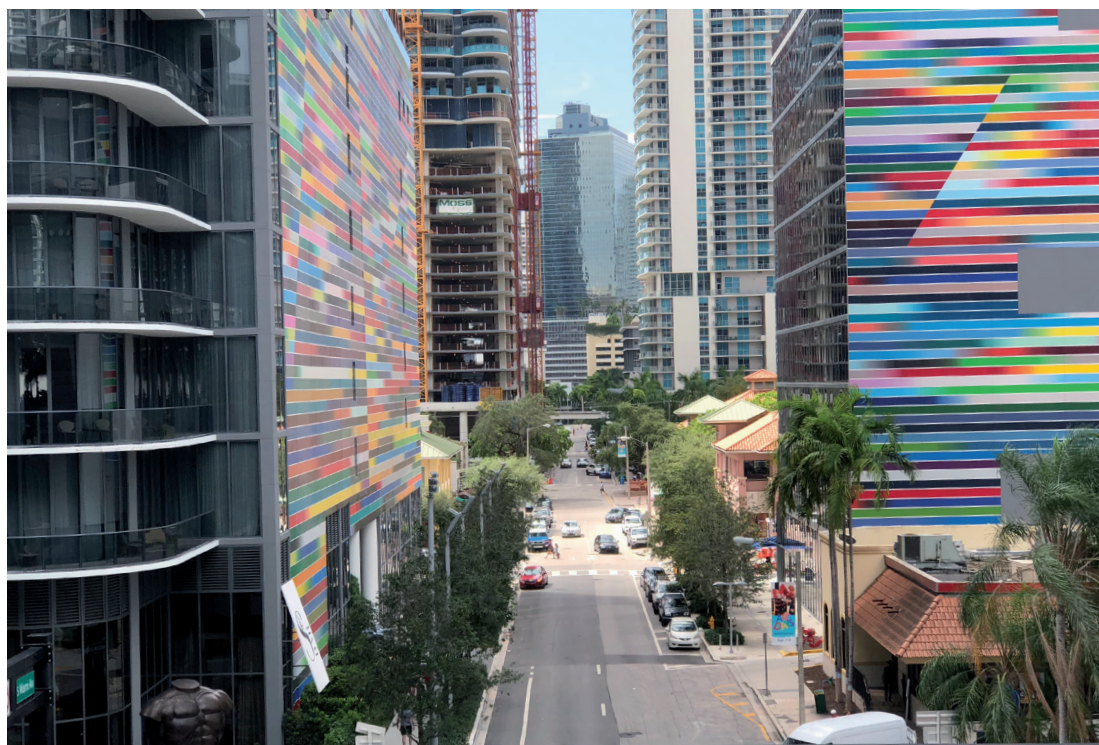
Alan Ojeda, presidente y consejero delegado de Rilea Group llegó de España en 1981. “Brickell Avenue, el equivalente al Paseo de la Castellana de Madrid, tenía dos restaurantes y solo uno abría por las noches”, dice. Los ochenta fueron un polvorín. Fidel Castro había colado un número importante de presos no políticos en los barcos de refugiados que buscaban asilo en Miami. El crimen y la tensión racial derivó en disturbios y enfrentamientos. “Si tuviera que poner un antes y un después a Miami sería el año 2.000. Hasta entonces éramos la capital de Sudamérica. Nosotros mirábamos al Sur y el Sur nos miraba a nosotros. Manny Díaz

consiguió que Norteamérica nos mirara también, tomándonos en serio”. Se refiere Ojeda al abogado de origen cubano, Manny A. Díaz, alcalde de Miami entre 2001 y 2009. “Heredé la ciudad con más pobreza, droga y homicidios de los EE UU. El paro era de doble dígito y los que podían marcharse lo hacían. No había ni un solo proyecto de infraestructura en marcha”, dice Díaz.

Al finalizar su mandato, “la población había crecido un 20%, el paro era inferior al 4%, el nivel del crimen estaba por debajo del de los años sesenta y la ciudad era considerada por *Forbes* la más limpia de los EE UU”. Díaz implicó al mayor urbanizador de la Florida, Jorge Pérez, para que invirtiera en ella. “Yo ahí ni un dúplex”, fue su primera reacción cuando tocó a su puerta, pero hubo apretón de manos. A cambio de que la ciudad pusiera 3 millones de dólares en el paseo a lo largo del Río Miami, Pérez construiría One Miami, un rascacielos en su desembocadura. “Mi teoría siempre ha sido que ninguno quiere ser el pionero pero en cuanto se tira uno, todos van detrás”, opina. Luego llegarían otros 10.000 millones de dólares en inversión de infraestructuras.

El grano y la ostra

Al calor de los cambios aterrizó en 2002 Art Basel, la feria de arte moderno y contemporáneo original de Basilea. “Fue la bendición de las bendiciones, el granito que cayó en la ostra que hizo la primera perla y que nos dio



Vista de South Miami Avenue, en el barrio de Brickell. Abajo, Manny Díaz (izquierda) y Alan Ojeda (derecha)



“Cada vez menos empresas en EE UU se pueden permitir el lujo de que en su tarjeta no ponga Miami”

una cosa importantísima: personalidad. Norteamérica empezó a mirarnos. Finalmente éramos parte de América”, dice Ojeda. Así despegó el siglo en Miami. Luego llegaron arquitectos como

Zaha Hadid, Elkus Manfredi, Richard Mayer y Herzog & De Meuron, y el desarrollo de los autóctonos como Arquitectonica, los museos y los auditoriums: Perez Art, Phillip & Patricia Frost, Adrienne Arsht Center...

Durante más de quince años, burbuja inmobiliaria de por medio, Miami ha seguido creciendo. Uno de los proyectos iniciados en 2006 es Miami Worldcenter. “Cuando viajas y ves los centros tan bellos para caminar en Nueva York, Londres, Madrid... Miami no tenía uno, así que compramos cien parcelas a cuarenta propietarios para crearlo”, explica Nitin R. Motwani, gerente principal de Miami Worldcenter quien supervisó la fase de pre-desarrollo de este macro proyecto de 4.000 millones de dólares, de los cuales 1.200 millones están ya financiados y en construcción. Ocupa 27 acres (el equivalente a diez estadios de fútbol) y sacará al mer-

cado otros 27.870 m2 de suelo comercial, con oficinas, pisos, un hotel y un centro de convenciones. Hará de bisagra entre varios barrios. La lujosa Paramount Tower, parte del complejo y casi finalizada, tiene compradores de 52 países, incluyendo EE UU. España es uno, aunque no de los diez primeros, encabezados por Brasil y China.

“Cada vez menos empresas en EE UU se pueden permitir el lujo de que en su tarjeta no ponga Miami”, dice Ojeda, cuyo grupo ha sido promotor de varios rascacielos en Brickell: JP Morgan Tower, Sabadell Financial Center, One Broadway o el reciente The Bond. “Aquí se trabaja mucho y la gente piensa más en sus obligaciones que en sus derechos. Si vienes con la mentalidad de empezar a plantar, esta es una gran ciudad, imparable y me remito a los últimos treinta años de su historia”.

El sector opina



MICHAEL MAXWELL,
SOCIO DIRECTOR DE
MAXWELL & PARTNERS

“La gente ha viajado a Madrid, París, Berlín... y le ha gustado el centro de las ciudades. En EE UU estamos abandonando la periferia para volver a la urbe y tener el ocio cerca. Significa que la ciudad tendrá cada vez mayor densidad de población. La logística inteligente de auto-almacenamiento vive un momento de auge. Los americanos lo compran todo y tienen que almacenarlo en algún lugar”



NITIN R. MOTWANI,
GERENTE PRINCIPAL DE
MIAMI WORLDCENTER

“En Miami y Nueva York se venden más pisos que en ninguna otra ciudad de los EE UU, porque son vías de acceso a otros mercados globales. El centro de Miami absorbe 2.000 unidades anuales. Esa ha sido la media en los últimos treinta años y creo que es sostenible porque en el ciclo que vivimos actualmente, el comprador procede de geografías muy diversas”.



LUIS A. MARÍN CUADRADO,
SOCIO DIRECTOR DE SAXUM
INTERNATIONAL

“Cuando un español compra en Miami debe asesorarse. En el centro, por ejemplo en Brickell, zona que atrae a los extranjeros, un piso de 100-110m2 tasado en 500.000 dólares pagará, aproximadamente, 10.000 dólares anuales en impuesto de bienes inmuebles, más unos 700 dólares mensuales en gastos de comunidad. Nuestra estrategia es ir a barrios en transición, con alto potencial de desarrollo y rendimiento. Haciendo las cosas bien, es difícil perder en este mercado”.



SHAY COKER,
DIRECTOR GERENTE EN
SAVILLS STUDLEY

“Los riesgos por desastres naturales me parecen un poco exagerados: California tiene terremotos y el Sur de la Florida huracanes, pero la construcción moderna está adaptada a estas circunstancias. El problema que tenemos ahora es la altísima demanda de espacio industrial. “Si una empresa española me pidiera 30.000 m2 en Miami, quizás tendría que decirles que tendrán que esperar un año o dos. La tasa de disponibilidad es de aproximadamente 3,5%, aunque se están construyendo unos 18 parques logísticos en Miami y alrededores”.

El crecimiento de la población de la Florida abre nuevas oportunidades a sus puertos

Un proyecto actualmente en marcha de 437 millones de dólares, el mayor de la historia de Port Everglades, aumentará un 50% la productividad de sus operaciones contenerizadas

Aunque los cruceros son la principal fuente de ingresos de Port Everglades, a unos 46 km al norte de Miami en Fort Lauderdale, la capital del condado de Broward, la estrategia de Steve Cernak, su director ejecutivo y presidente del Consejo de Puertos de Florida, es diversificar riesgos invirtiendo en otras líneas de negocio como la carga contenerizada donde ya es el número uno de los quince puertos del Estado y el décimo de los EE UU. El puerto, que se autofinancia 100%, acomete la mayor inversión de su historia, 437 millones de dólares, expandiéndose hacia el sur ampliando la superficie de muelles. Está pendiente otro proyecto federal de 337 millones de dólares que dará profundidad y ensanchará el canal federal. Los ingenieros creen que los permisos estarán listos en 2019. “Es crítico para el éxito del puerto”, asegura Cernak, que también ha comprado tres grúas Super Post Panamax, por 39 millones de dólares, que actualmente se construyen en China. Todo ello permitirá que la productividad de

las operaciones contenerizadas, “ese dolor de cabeza para los operadores de las terminales portuarias” se incremente un 50%.

Según Cernak, “la pregunta que debemos hacernos todos los puertos de Florida es cómo crecer orgánicamente por el bien común sin quitarle el negocio al otro, que es lo fácil. Y sí, se puede; el mercado está creciendo, la población de Florida y la demanda también”. Una de las mayores oportunidades que ve son los perecederos; frutas y vegetales donde Port Everglades ocupa la quinta posición de EE UU. “Vendrá con una redistribución del negocio en los puertos de otros estados. Por ejemplo, para un barco que viene desde el Caribe o Latinoamérica en dirección norte tiene más sentido descargar la mercancía en Florida y llevarla por carretera a Nueva York, que no al revés. Llega antes y cuesta menos. También podemos transportarla por ferrocarril. Cubrimos el 70% de los EE UU en cuatro días”.



Las empresas españolas prefieren Florida

De las más de 500 compañías implantadas en el estado, más de 150 lo han hecho con éxito de la mano de Enterprise Florida

Con 1 billón de dólares, Florida es el cuarto mayor contribuyente al PIB estadounidense y el sexto que más Inversión Directa Extranjera capta. Uno de cada catorce empleos en EE UU los crea Florida, históricamente el que más empresas españolas tiene registradas –más de 500 seguido de Nueva York, 98, y de Texas, 30– que generan unos 25.000 puestos de trabajo en este estado en sectores varios; desde azulejos, finanzas, mobiliario y obra pública a alimentación y bebidas, industria audiovisual, logística, farmacia y TIC. El 17% del PIB estatal depende del comercio internacional. Mientras en 2016 el volumen total de importaciones españolas de EE UU (15.250 millones de dólares) superó a las exportaciones (13.200 millones de dólares), con Florida es a la inversa.

Manny Mencía, vicepresidente de Desarrollo y Comercio Internacional de Enterprise Florida con los cuatro últimos gobernadores de Florida dice que “España es aún uno de los países más estratégicos para nosotros”. Él trabaja desde la oficina que este organismo oficial, sin ánimo de lucro y central en Orlando, tiene en Miami. También está en Tallahassee y en trece ciudades internacionales, Madrid incluida. Apoya el crecimiento económico de Florida, asiste a las empresas a establecerse en él, impulsa la creación de empleo y ayuda a su propias compañías en comercio exterior, con misiones comerciales y ferias internacionales. Según Mencía, desde el punto de vista tributario, Florida es uno de los estados más atractivos para las empresas (4º en el ranking de mejor fiscalidad sobre 50 estados). “Nuestro impuesto de sociedades es del 5,5%; somos 21 millones de habitantes y recibimos 116 millones de turistas que pagan el 20-25% de la recaudación impositiva anual estatal. Por eso tenemos impuestos tan bajos. Florida es el tercer estado que más alta tecnología exporta de los EE UU, según Census y el segundo en aviación, aeroespacial y equipos médicos. Hemos lanzado Venture Bridge, un programa online para ayudar a la empresa en su aterrizaje”.



Manny Mencía



Gonzalo Arance

Gonzalo Arance está al frente de la oficina de Madrid. “Los últimos treinta años Florida ha cambiado radicalmente. Tenemos un 3,8% de paro. Más de 150 empresas españolas de sectores varios han invertido con éxito a través nuestro y las que llegan son cada vez de mayor valor añadido y empiezan a venir a manufacturar, ensamblar o fabricar al estado”, dice. “En Florida hay hambre e iniciativa de negocio”, opina. Entre sus muchos consejos para triunfar está invertir en marketing: “Hasta los dentistas hacen cuñas de radio y publicidad exterior. El producto, por muy bueno que sea, no se vende solo”. Más información: Pº de la Castellana 164, 6º derecha, Madrid.

Prefijo 954 ¡Dígame!

“Cuando se habla de aviación y de MRO, (mantenimiento, reparación y puesta a punto, en sus siglas en inglés) el código 954 es sinónimo de integridad y calidad; se nos conoce por eso y por Port Everglades y el aeropuerto internacional Fort Lauderdale-Hollywood”, asegura Pierre Taschereau, responsable de Clientes Internacionales de Greater Fort Lauderdale Alliance, la agencia de promoción del condado de Broward. Tiene 2 millones de habitantes y es sede de la exhibición de yates más grande del mundo. “Genera 850 millones de dólares en cinco días. Unos 500 aviones aterrizan en uno de los

cuatro aeropuertos privados que tiene el condado”.

En Broward también está el corredor I-595, la primera concesión público-privada de la Florida y el proyecto más grande en la historia del Departamento de Transporte de ese estado, según información de Dragados, que fue la empresa que ganó la licitación. Está operativo desde 2011. “Los cambios introducidos permiten que un camión pueda viajar desde Port Everglades hasta California sin encontrar un solo semáforo en el camino, excepto el de acceso al puerto”, concluye Taschereau.

Comercio bilateral Florida-España

LO MÁS EXPORTADO				LO MÁS IMPORTADO			
Exportaciones a España	2015	2016	2017	Importaciones a España	2015	2016	2017
Yates y otras embarcaciones	51,1	44,5	63,5	Medicamentos	32	17,6	200,7
Sangre, humana y animal, antisueños, vacunas	91,4	46,3	39,2	Vehículos de motor para transporte de personas	87,9	127,2	120,1
Aviones civiles, motores y partes	24,9	39,9	24,5	Pinturas y dibujos hechos a mano	20,5	11,2	110,4
TOTAL	393	353,6	326,9	TOTAL	92,7	871,1	1217,9

Fuente: Enterprise Florida. Cifras en millones de dólares.

Subirse al norte

La empresa española entra en Florida y se queda en el condado de Miami-Dade. “Le cuesta subir al norte; Miami captura su imaginación, el mundo entero entiende la marca porque se vende sola, pero no entiende Orlando, excepto como centro turístico, ni Tampa. Tampoco conocen Jacksonville, Panama City o Pensacola, ciudades con una economía fuerte donde podrían tener bastante éxito”, dice Alice E. Ancona, directora de Política y Estrategia Internacional de

la Cámara de Comercio de Florida. El estado de la Florida, históricamente dependiente de Centroamérica, Caribe y Sudamérica, es consciente de que éstos son mercados que no están creciendo al ritmo que otros, como por ejemplo los asiáticos. De ahí su estrategia para convertir Miami en una ciudad global. “Miami ya no es solo hispana; lo dicen las lenguas que escuchas por la calle. Aquí hay gente de todo el mundo”.

ADMINISTRACIÓN DE LA
CADENA DE SUMINISTROS/
TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

ADMINISTRACIÓN DE
MERCADO DIGITAL

ANÁLISIS DIGITAL FORENSE

ANIMACIÓN

ARQUITECTURA

BIOTECNOLOGÍA

DERECHO

DISEÑO DE MODAS

EMPRESARIADO

ENFERMERÍA

INFORMÁTICA

INGENIERÍA

MANUFACTURA AVANZADA

REALIDAD VIRTUAL
Y AUMENTADA

SEGURIDAD CIBERNÉTICA



Miami Dade College: Donde Está Emergiendo la Nueva Generación de Innovadores Globales

Miami Dade College (MDC) está a la vanguardia de las principales instituciones estadounidenses que preparan a sus graduados para profesiones del mundo real en campos innovadores, desarrollando la fuerza profesional para las industrias nacientes actuales. El MDC, la institución universitaria más grande de los Estados Unidos, ofrece una amplia gama de títulos y certificados en más de 300 especializaciones académicas. Su educación accesible fomenta ciudadanos del mundo con vastos conocimientos en una gran diversidad de campos. Además, como sede de eventos de fama mundial como la Feria del Libro de Miami, el Festival de Cine de Miami y Maker Faire Miami, es un vibrante centro cultural de experiencias realmente enriquecedoras.

El MDC ha sido objeto de reconocimiento por parte de varias instituciones prestigiosas como la Carnegie Corporation, el Consejo de Educación de los Estados Unidos, la Asociación de Colleges y Universidades de los Estados Unidos, la Fundación Bill y Melinda Gates, y Aspen Institute, entre otras.