

Perspectivas agrídulces

Este 2021 comienza con perspectivas agrídulces, con la posibilidad de detener la propagación del covid-19, aunque sin la certeza de cuándo podremos estar todos vacunados. Y es que el próximo año seguirá atado a la evolución del covid, aunque solo la expectativa por la inmunidad haya animado a los mercados de todo el mundo; y eso ayudará a que 2020 cierre con menores pérdidas y mejores esperanzas. Sin embargo, el camino no está despejado, obliga a tomar buenas decisiones en el corto plazo para garantizar la reactivación, sin dejarnos tentar por políticas populistas que generan más incertidumbre que soluciones.

La recuperación no será uniforme, por supuesto. Ni desde el punto de vista económico ni social. Habrá que hacer el inventario de las pérdidas, de cuánto retrocedió el PIB mundial, de cómo quedaron las empresas, los empleos perdidos, la pobreza y las desigualdades.

Cuando se hizo evidente que la pandemia del coronavirus causaría una recesión, los economistas empezaron a debatir qué forma tendría la caída y la recuperación: ¿Una V, con una rápida caída y pronta recuperación? ¿O una U, con una recuperación más lenta? ¿O una L sin recuperación alguna? Ahora los expertos se decantan por la K, o sea, unos irán para arriba y otros para abajo.

HAY QUE TOMAR BUENAS DECISIONES EN EL CORTO PLAZO PARA GARANTIZAR LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA

En un foro virtual de *Amcham Colombia* sobre perspectivas 2021, destacados economistas coincidieron en que el consumo se reactivará, que el PIB volverá a los niveles de 2019 al finalizar el año y advirtieron que las medidas de hoy deben ser más austeras que populistas para garantizar la recuperación, como evitar un aumento del salario mínimo desproporcionado, por ejemplo. Además, promover una reforma laboral que flexibilice el sistema y reduzca la informalidad; suspender el asistencialismo extremo para que el Estado no se quede sin recursos; que los partidos legislen con sentido común; salvar el turismo, diversificar, innovar, invertir y estrechar el diálogo público-privado.

Para el presidente de *Anif*, **Mauricio Santamaría**, la contracción será cercana a -6% y dependerá del último trimestre, porque en septiembre y octubre el ritmo mejoró sustancialmente. En sus cálculos, el crecimiento para el próximo año será de 4,2%, con recuperación del consumo en los hogares y de la inversión. Y advirtió que es importante que no nos vuelvan a encerrar y haya inversión en obras de infraestructura, grandes y pequeñas. Y una reforma fiscal de fondo que incluya una reestructuración tributaria que amplíe el número de personas naturales que pagan renta, elimine las exenciones y simplifique el estatuto tributario.

Para el exministro de *Hacienda* **Juan Carlos Echeverry** hay que fortalecer las exportaciones no mineras y avanzar en la estrategia de *nearshoring*. En su opinión, el proyecto de ley que busca reducir en ocho horas la jornada laboral en Colombia encarecería el trabajo, aunque está seguro que esa iniciativa no avanzará mucho. En este momento tenemos que garantizar la estabilidad del país y no dejarse tentar por la política, así estemos a las puertas de una nueva campaña electoral.

Sea lo que sea, 2021 deberá ser un año de recuperación, muy posiblemente lenta y dolorosa para todos, aunque la cuesta diferente para cada uno. Las oportunidades dependerán del esfuerzo conjunto y la actitud de cada quien. Y ojalá la campaña en 2021 para las elecciones de 2022 no sean la brújula que guíe las políticas públicas del próximo año.

Recuperación, infraestructura y regalías



SERGIO CLAVIJO
Prof. Universidad de los Andes
sclavijo@uniandes.edu.co

Y, a cambio de ello, empiezan a aflorar malas ideas económicas. Por ejemplo, se discute en el Congreso un proyecto de Ley tendiente a reducir la jornada laboral semanal de 48 a 40 horas bajo la peregrina idea de que al limitar las posibilidades de los ya empleados entonces se impulsará la demanda por mano de obra adicional.

Ya habíamos escuchado estos cantos de sirena del *Centro Democrático* en pre-pandemia. En vez de impulsar cambios estructurales, ahora han decidido insistir en ello y sin haber analizado la nefasta experiencia de Francia en este frente laboral durante las tres últimas décadas.

La evidencia indica que la adopción de la jornada semanal de 35 horas en Francia causó los siguientes daños: i) se volvió habitual que trabajadores pasaran a tener dos tipos de actividades laborales para eludir la medida y con detrimento sobre

su productividad; ii) esos trabajadores han manifestado no estar más felices, a pesar del aparente beneficio de estar devengando más por hora trabajada (convirtiéndose en un mero efecto contable); iii) las grandes empresas pudieron absorber ese mayor costo laboral sin aparente detrimento en relación de costos, pero las Pyme se vieron perjudicadas en costos laborales; y iv) en evaluaciones de mediano plazo ese tipo de medida no tuvo ningún efecto distintivo en la mayor generación de empleo, ver Stevao y Sa (2006) "Are the French Happy...", IMF-MIT WPaper.

LA ADOPCIÓN DE LA JORNADA SEMANAL EN FRANCIA CAUSÓ DAÑOS

En Colombia son muchos los empresarios ingenuos que han venido repitiendo, durante los últimos 50 años, que para impulsar la demanda agregada debe elevarse significativamente el Salario Mínimo Legal (SML). Este ha sido el error por antonomasia de la *Andi*, desde las épocas de **Fabio Echeverry**. Han venido desconociendo 100 años de evidencia empírica global que prueba que esos impulsos monetarios-labora-

les, sin sustento en la mayor productividad, se desvanecen en mayor inflación.

La insistencia en esos "pactos salariales" condujo a un serio problema inflacionario en los Estados Unidos durante los años 80 y quienes sembraron esa molotov-inflacionaria no fueron los movimientos de izquierda, sino la derecha de estirpe republicana del propio Nixon. ¿Alguna semejanza con nuestro paisaje político mandoniano actual?

Por esta razón, el grueso de los economistas que miramos la evidencia empírica ("no simplemente el yo opino...") hemos venido recomendándoles a todos los gobiernos, durante las dos últimas décadas, que dejen de cometer el error anual de ajustar el SML por encima de la regla-universal: ajustarlo por la inflación causada más las ganancias en productividad laboral. En 2021, al tenerse en negativo este último factor, lo prudente sería ajustar el SML en 2% o 3% para evitar generar más desempleo, el cual ha venido promediando en Colombia 15% (uno de los más altos de toda América Latina).

En materia de recuperación del PIB-real para 2021, proyectándose tan solo un 4% tras el desplome de -8% en 2020,

Lenguajes del amor en empresas



PILAR IBÁÑEZ
Consultora bienestar organizacional
@pilaribanerw

Hace algún tiempo se escribió un gran libro conocido con el título de "Los cinco lenguajes del amor" escrito por **Gary Chapman**. Una herramienta utilizada y pensada para mejorar las relaciones de pareja, pero llevada al mundo corporativo es muy interesante. Así que a continuación expondré cómo utilizar los cinco lenguajes del amor en las empresas como fórmula de contención de la carga emocional de los colaboradores y para mejorar las relaciones. Los cinco lenguajes explican como un ser humano expresa su gratitud y reconocimiento hacia el otro.

Primer lenguaje llevado al mundo corporativo: palabras de afirmación. Utilizar palabras de afirmación o positivas es siempre una excelente forma de manifestar lo que la persona está sintiendo, ya sea gratitud, ánimo, felicitación, logro, etc. Muchas veces, las personas sienten gratitud o aprecio hacia otra, pero no se lo manifiestan. Las palabras de afirmación requieren valentía de quien las manifiesta y gratitud de quien las recibe. Estas pueden darse en una reunión, frente a frente, por correo electrónico, carta, llamada o de forma pública.

Segundo lenguaje llevado al mundo corporativo: Regalos. Los regalos son conoci-

dos en la empresa como recompensas, los que hacen parte del complemento al reconocimiento del colaborador por la labor realizada. Los regalos durante la pandemia han tenido un impacto interesante, ya que algunas empresas optaron por enviar desayunos, o pequeños detalles a las casas de los colaboradores. En época navideña son una buena opción para celebrar los logros tras un año de muchos retos.

CÓMO PODER UTILIZAR LOS LENGUAJES DEL AMOR EN LAS EMPRESAS

Tercer lenguaje llevado al mundo corporativo: actos de servicio. Este es el lenguaje que más me gusta, porque trae inmerso la aplicación de la compasión, cooperación y amabilidad como habilidades que hacen que las personas sean felices de acuerdo con el **Dalia Lama** y la *Universidad de Harvard*. Los actos de servicio muestran de la disposición de una persona a ayudar al otro en lo que necesite.

Cuarto lenguaje llevado al mundo corporativo: Tiempo de calidad. Este lenguaje lo que muestra es que a veces cuando no hay tiempo en cantidad si lo puede haber en ca-

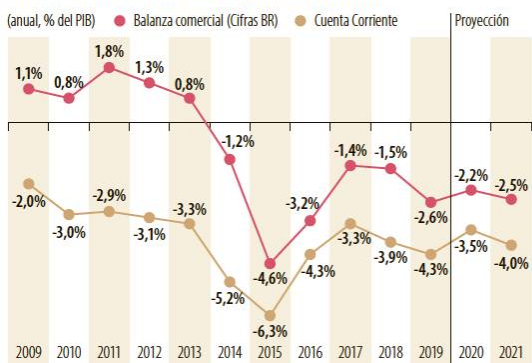
lidad. Es decir, que, si la persona se encuentra en una reunión o haciendo coaching a una persona, 100% de su atención esté en esa persona.

Quinto lenguaje llevado a mundo corporativo: acercamiento físico. De este no hablaré mucho ya que debido a la pandemia ha sido limitado como lenguaje, sobre todo, a nivel corporativo. Pero esto no quiere decir que no podamos por medio de un abrazo o aplauso virtual reconocer y agradecer a todos aquellos que durante este año hicieron lo mejor que pudieron con lo que había disponible.

Sé que puede sonar extraño hablar de amor en las empresas, ya que hay un paradigma de lo que significa el amor. Pero hace falta hablar de amor en el mundo corporativo para que deje de ser tan rígido y sea más humano, que es lo que somos los seres humanos con emociones. Si en las empresas aplicaran los lenguajes del amor, tal vez las relaciones serían un poco más amenas, manifestando gratitud, apoyo y reconocimiento.

En esta Navidad intente llevar a su vida personal y a la empresa los cinco lenguajes, tal vez solo tal vez, sea sorprendido con experiencia extraordinaria que haría que ese día valiera la pena y todos los que están por venir.

CUENTA CORRIENTE Y BALANZA COMERCIAL



Fuente: Cálculos con base en Banco de la República y Dane / Gráfico: LR-ER

también se requiere mayor liderazgo del sector privado a la hora de coordinarse con el sector Estatal, tarea compleja a los niveles nacionales-territoriales. Un grupo amplio de economistas ha venido clamando por impulsar de forma decidida la inversión en infraestructura vial relacionada con las vías secundarias y terciarias. El presidente Duque parece estar de acuerdo con esta prioridad, pero tan solo anunció la asignación de \$1 billón a tal propósito, cuando el disponible para tal fin es del orden de \$7 billones al incluirse las regalías.

Qué bueno sería que la *Cámara Colombiana de Infraestructura (CCI)* usara su conocido liderazgo para coordinar las veletas Estatales que dilapidan recursos sin atención al incremento de la productividad. El mayor impacto pro-competitividad se logra al conectar vías secundarias con las primarias. *Fede-Municipios* y *Fede-Departamentos* están en mora de usar a la CCI como ese gran coordinador de planes viales, aprovechando los estudios previos realizados por *Invias-DNP* a nivel territorial.

Ojalá no siga reinando el afán electoral territorial del

segundo semestre de 2021, pues ello nos llenará de insulsos polideportivos o de contratos amañosados para los partidos de su interés. Lo que Colombia requiere es implementar las recomendaciones que nos hiciera 20 años atrás el presidente de Chile Ricardo Lagos en su visita a Cartagena: cuando Chile entendió que la calidad exportadora de sus uvas, manzanas y salmón pasaba por evitar que estos productos se malograrán al salir de sus zonas de producción, debido a las pésimas carreteras secundarias que allí tenían, Chile avanzó significativamente en su diversificación exportadora.

La CCI trabajó por años para lograr implementar los "contratos tipo" que evitan que las obras se entreguen amañosadamente a los amigos políticos de los gobernantes territoriales, luego ha llegado la hora de usar eficientemente ese instrumento contractual en aras de impulsar la productividad. Si Colombia piensa que la productividad se incrementa por la vía "contable" de reducir la jornada laboral, no solo no aceleraremos el PIB-real, sino que continuaremos siendo una economía deficitaria en su canasta exportadora (ver gráfico adjunto).



CONSEJOS PARA LÍDERES

MAURICIO RODRÍGUEZ @liderazgomr

Los mejores líderes fortalecen la autoestima de sus colaboradores. Si las personas creen en sus capacidades, es sorprendente lo que pueden lograr.

Sam Walton

Gracias, Carrasquilla

Tengo gran aprecio por el ministro Alberto Carrasquilla. Me parece que mi amigo de décadas es un gran patriota que tomó la decisión de vida de nunca mentirle a los colombianos, por más dura que fuese la verdad. Esta realidad lo ha convertido en una especie de "pera de bo-xeo" para la demagogia colombiana. Por ejemplo, Alberto lleva décadas tratándole de explicar a los colombianos por qué es necesario cobrarle IVA a la carne. Es completamente antisocial que la gente que vive en Rosales no pague IVA por la carne que consume, sobre todo teniendo en cuenta que ya existe la tecnología para devolverle esos recursos a los menos favorecidos. Por si la cosa no es clara, cuando gente como yo no paga IVA por la carne que come, se sacrifica la capacidad del estado de financiar el desayuno de un niño pobre en un colegio público.

El nuevo ataque de la demagogia criolla contra Carrasquilla se debe a su visión "controversial" sobre el salario mínimo. A Alberto lo están amenazando hasta de muerte por opinar sobre la realidad salarial. La evidencia es irrefutable: el salario mínimo en Colombia es muy alto en comparación con la media de remuneraciones de la economía. Para los interesados, este estudio de Santiago Montenegro (<https://www.asocajas.org.co/wp-content/uploads/2019/06/Presentaci%C3%B3n-Asofondos.pdf>) presenta una gran cantidad de información sobre los salarios en Colombia.

Los puntos más relevantes de esta discusión: primero, el salario mínimo en Colombia corresponde a 80% de la media salarial del país. Ese significa que es muy difícil generar empleo formal. En México, por ejemplo, el salario mínimo es de 35% de la media salarial, al igual que en España, en Polonia es 52%, en Israel 58%. En EE.UU. la proporción es de 32%. Solo Turquía se acerca a la situación de Colombia, con el mínimo llegando a 76% de la media de los salarios.

ES ANTISOCIAL QUE LA GENTE QUE VIVE EN ROSALES NO PAGUE IVA POR LA CARNE QUE CONSUME

Segundo, hay una relación clarísima entre el "desface" del mínimo y la incidencia de la informalidad regional. Me explico. Como en Colombia el salario mínimo es único y no diferenciado, y el ingreso regional de Colombia es claramente muy diferenciado (Antioquia es mucho más rico que Nariño), pues entonces la informalidad en Nariño es mucho más pronunciada que en Antioquia, pues generar empleo formal pagando el mínimo, cuando el ingreso medio es menor que el mínimo, es imposible. La informalidad en Nariño es de 90% porque el salario mínimo sobrepasa el ingreso medio del departamento en 30%. En Bogotá la informalidad es de 40%, porque el salario medio de Bogotá es el doble del salario mínimo.

La idea reciente que presentaron un grupo de economistas colombianos de reducir los costos de la contratación formal y de permitir que se contrate a jóvenes y mujeres por debajo del mínimo como política necesaria para combatir el inmenso desempleo que nos ha dejado la pandemia, propuesta que obviamente acompaña, se basa en las evidencias recién presentadas. La tenacidad de un tipo como Carrasquilla a insistir en que el nivel alto del mínimo es factor explicativo en la incidencia de la informalidad solo busca lograr que Colombia sea un país más justo. Todos los emprendedores de Colombia que han generado empleo en el pasado saben lo difícil que es crearlo y mantenerlo, y por lo tanto entienden lo que argumenta Carrasquilla. Los políticos, personajes que jamás han generado empleo digno, no logran entenderlo.

TRIBUNA EMPRESARIAL

E-commerce, pilar de reactivación



FEDERICO MARTÍNEZ Country Manager de Mastercard Colombia

Las compras digitales responden a los cambios en los hábitos de consumo renovados por la pandemia y a las novedades en los canales electrónicos del ecosistema financiero.

Para 2019, la *Superintendencia Financiera* indicó que la penetración de pagos electrónicos estaba en 14,9% mientras que en la región latinoamericana alcanzaba 21%. Ahora, 54% de los colombianos desea comprar más en línea, mientras que 41% redujo el uso del efectivo durante la pandemia, según el último estudio de *Mastercard*.

La tecnología de pagos digitales es clave para mantener el flujo de la economía en un contexto donde la presencialidad es más reducida. Según la *Cámara Colombiana del Comercio Electrónico*, hasta agosto de 2020 el comercio electrónico tuvo un crecimiento de 25,3% respecto al mismo periodo del año pasado, mientras que las transacciones digitales tuvieron un aumento de 78,5%.

En el último día sin IVA aumentaron en 30% las com-

pras desde canales digitales con respecto a las ventas realizadas en la jornada del 3 de julio de 2020, y 74% de las compras totales fueron pagadas con tarjeta. Esto reitera que tanto las Pyme que funcionan como la piedra angular la economía en Colombia, así como las grandes plataformas, están ofreciendo más alternativas electrónicas que agilizan la adquisición de productos y servicios.

SERÁ LA FORMA MÁS EFICIENTE DE FORTALECER LA CADENA DE VALOR

Si bien las proyecciones del e-commerce muestran mayor adaptación para conectar la oferta y la demanda, hay aspectos que no pueden obviarse. Por un lado, promover la educación financiera para que el consumidor conozca bien sus alternativas y mejore su nivel de confianza frente a modalidades de compra; por otro, no desaprovechar la oportunidad de la reactivación digital por la confianza en la pronta adopción masiva de canales electrónicos de pago.

Un reciente estudio titulado *Lo Esencial* indicó que 96% de los colombianos desean apo-

yar a pequeños negocios cuando la cuarentena se vea superada y 70% de los connacionales quiere métodos de pago más ágiles y rápidos. Este tipo de cambios deben ser abordados oportunamente para que toda la cadena involucrada en el e-commerce encuentre nuevas oportunidades.

Para este año en Latinoamérica, se estima que las ventas online van a aumentar 19,4% equivalentes a más de US\$83 miles de millones y que más de 10 millones de personas comprarán un servicio o producto online por primera vez, lo que convertiría en compradores digitales a más de 191 millones de personas mayores de 14 años (alrededor de 38,4% de la población de la región).

Así, el panorama del e-commerce, sin duda alguna es y será clave en la reactivación económica nacional, y la forma más eficiente de apoyar su crecimiento y fortalecer la cadena de valor es guiando a los consumidores hacia productos y servicios que estén más adaptados a sus necesidades.

Paralelamente, transmitir los mecanismos de protección financiera seguirá siendo la clave de la confianza para atraer nuevas personas a esta imparable tendencia.