

Un futuro para las manufacturas

El comercio internacional se está reconfigurando, por lo que Colombia debe replantear su estrategia de inserción en los mercados globales, más ahora cuando nuestros dos principales productos de exportación, el petróleo y el carbón, están severamente afectados y el turismo, un gran generador de divisas en los últimos años, también ha sufrido y seguirá sufriendo un impacto muy fuerte.

Para fortalecer y darle valor a la cadena con Estados Unidos, el mayor comprador del mundo, se podría proponer una modificación a las normas de acumulación de origen del que se beneficien aquellos países del continente que tengan un Tratado de Libre Comercio para vender a este mercado un producto hecho en las Américas y, por otro lado, adoptar la legislación internacional de comercio

electrónico que permita fortalecer y generar mayores facilidades de exportación.

En las últimas décadas el costo de producción ha sido una de las variables más determinantes en las cadenas globales de suministros, pero las tensiones comerciales y la pandemia del coronavirus incorporaron dos factores esenciales para la toma de decisión, como el riesgo y la resiliencia, o su capacidad para adaptarse a los cambios y a las crisis.

Ahora las empresas están obligadas a identificar la vulnerabilidad de las cadenas lejanas, a cuantificar el riesgo de la interdependencia, conocer las limitaciones de capacidad de los proveedores y al mismo tiempo diversificar las fuentes, buscar proveedores más cercanos, minimizar cualquier pérdida de capacidad y calidad del producto, construir existencias de componentes críticos y examinar cuellos de botella.

VARIOS DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS DE MAYOR IMPORTACIÓN EN EE.UU. SE DESARROLLAN EN COLOMBIA

Según la OMC, a las fuertes caídas de este año en el comercio internacional le seguirá una recuperación importante en 2021 y lo novedoso es que se dará en productos diferentes y ocurrirá en países distintos a los tradicionales y es allí donde los nuevos conceptos de cadenas regionales toman fuerza.

Un estudio de *Araújo Ibarra Consultores* señala que varios de los sectores productivos de mayor importación en EE.UU. se desarrollan en Colombia y podrían encajar en esas nuevas cadenas de suministros. Se tiene al menos 100 productos con buenas posibilidades en este momento. Es importante anticiparnos a mover las fichas, investigar y explorar, aprovechar nuestras ventajas comparativas de cercanía con los estadounidenses.

EE.UU. está buscando mecanismos para mantener su economía al tiempo que logra generar proveeduría cercana apostándole a reforzar la producción local, fortalecer sus cadenas y generar empleo.

En la última semana, Francia, Alemania o Japón han hecho contundentes y claros pronunciamientos sobre la necesidad de reducir la dependencia de subproductos e incluso Japón anunció que desembolsará miles de millones para ayudar a sus fabricantes a sustituir lo que demandan de China.

En el caso colombiano hay consenso en que se debe reactivar el sector manufacturero mediante la sustitución de importaciones, mirar las oportunidades de nuevos productos, avanzar en comercio electrónico e integrarse a las cadenas de suministro cercanas. La pandemia y la inestabilidad del petróleo nos fuerzan a tomar medidas y movernos hacia un nuevo modelo económico de integración del país al comercio internacional.



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

Rentas vitalicias y su aseguramiento

En los decretos recientes de emergencia económica, el Gobierno dispuso que cerca de unos 20.000 pensionados (en la franja cercana a pensión mínima) fueran trasladados del sistema de “retiro programado” de las AFPs hacia el sistema público de *Colpensiones* y con sus respectivos ahorros (por cerca de unos \$5 billones). En principio, la razón esgrimida por el Gobierno para proceder así con el 20% de los pensionados bajo esa modalidad tuvo que ver con el desplome de los mercados a nivel global por cuenta de la pandemia, temiendo que ello ponía en riesgo su garantía de pensión mínima.

Sin embargo, esa decisión en realidad tiene dos elementos de mucho trasfondo que ameritan análisis. Lo primero que cabe aclarar es que este desplome repentino, per se, no tendría por qué sembrar dichas dudas sobre la garantía de pensión mínima. Así como los portafolios invertidos en renta variable cayeron en febrero y marzo (-30% en lo corrido del año), de igual manera han tendido a recuperarse (+20% a lo largo de abril). Si la economía mundial lograra recuperarse en “V” a partir de septiembre de 2020 (escenario que supone levantamiento gradual

de cuarentenas de mayo en adelante), es probable que el retorno de la renta variable (la más golpeada hasta el momento) logre promediar cerca del 5% anual durante 2019-2020. Esto se inscribiría dentro de los parámetros de rentabilidades esperadas a largo plazo.

El segundo elemento tiene que ver con la forma en que el Gobierno decidió echarle mano a \$5 billones de esos portafolios de las AFPs, en vez de haber facilitado la profundización del mercado de rentas vitalicias a través del Fondo de Garantía de Pensión Mínima (FGPM, con \$24 billones disponibles en TES). En efecto, las AFPs se han visto forzadas a manejar el esquema de “retiros programados” para atender aquellos que no han logrado obtener una renta vitalicia y, aunque sus portafolios son “conservadores”, estos también han mostrado alta volatilidad.

El mercado de rentas vitalicias presenta tres problemas centrales en Colombia: i) alto riesgo jurídico por extensión amañada del periodo de disfrute hacia “familiares” que aparecen ante los jueces después del otorgamiento de la renta vitalicia; ii) la falta de instrumentos financieros a largo plazo; y iii) la

incertidumbre sobre reajustes futuros del SML.

En el primer caso se tiene que una renta vitalicia pensada por la aseguradora a 23-25 años, resulta extendiéndose por vía judicial hasta +30 años, lo cual genera cuantiosas pérdidas. En el segundo caso se tiene que han surgido algunos TES a más de 10 años, pero su mercado todavía es pandito.

Y, en el tercer caso, resulta que atender el flujo de caja de la renta vitalicia encierra alta incertidumbre sobre la trayectoria del SML. Este se ha venido ajustando en términos reales cerca del 2% anual. Pero las ganancias en productividad laboral han promediado tan solo 0,5% anual. Esto implica que las aseguradoras enfrentan un descalce de al menos 0,5% anual, aun si el decreto de deslizamiento del SML los ha venido cubriendo por descalces hasta de 1% en promedio anual.

La idea de asignarle a *Colpensiones* (carente de reservas) todas estas garantías pensionales redundará en mayores presiones fiscales. Lo fácil en el corto plazo ha sido apropiarse de los recursos del Fonpet y de esta otra porción de las AFPs. Lo difícil, pero sería lo responsable, es entrar a corregir la alta

Mismas personas, nuevos consumidores



PILAR IBÁÑEZ
Conferencista
felicidad
@pilaribanezw

De acuerdo con la ciencia, cuando una persona realiza una actividad durante más de 21 días se convierte en un hábito que después llevará a un nuevo comportamiento. Interesante a tener en cuenta cuando la cuarentena ha hecho que cada persona y, por ende, cada familia y empresa estén actuando y operando de forma diferente.

Me reuní, virtualmente, por supuesto, con José Marcos Vilachá, o como todos lo conocen “Goyo”, quien es experto en experiencia y servicio al cliente, con quien tuve una conversación muy interesante sobre los cambios en comportamientos de los consumidores durante la cuarentena. A pesar de ser las mismas personas, son nuevos consumidores. Goyo se ha dedicado a observar e identificar cómo brindar una nueva experiencia considerando la coyuntura. Así que, comparto con ustedes tres temas a tener en cuenta. Recordar que la mejor forma de entender a los consumidores es observarlos y, observarlos muy de cerca.

El primero, la forma de comunicación. Es vital identificar en qué medio se va a invertir el dinero para poder comunicar a los clientes de forma efectiva y eficiente. Analizar si aumentar o no la publicidad o su frecuencia es determinante, pero más aún, si los consumidores están es-

perando algo diferente. A nadie le gusta que un robot quiera resolverle sus problemas. Las personas requieren, sí de agilidad, pero también de empatía. Hoy más que nunca, debido a la coyuntura, las personas quieren ser comprendidas, que sea entendida en la situación en la que se encuentran, que les ayuden a llegar de forma conjunta a soluciones, que co-creen juntos, es decir, que las empresas trabajen para ellos, no al revés.

LAS EMPRESAS DEBEN REGRESAR A ESA RELACIÓN CERCANA Y EMPÁTICA.

La importancia de la empatía y el acercamiento con los clientes se hace evidente en la súper utilización de las redes sociales, plataformas, para hacer live, talleres y conferencias, ya sean en vivo o pregrabadas, ya que aquí entramos en el siguiente tema: el tiempo.

El segundo, el tiempo. El tiempo se ha convertido en el activo más importante. Los horarios han cambiado y con ello las dinámicas personales, familiares y empresariales. Antes, las personas iban a trabajar, llegaban a sus casas, ayudaban a sus hijos a hacer las tareas, cenaban y prendían la televisión para ver las noticias, seguido de la novela del momento, esto era “tiempo en

familia”. Hoy la cosa cambió radicalmente, no hay horarios preestablecidos y rígidos como antes, además no solo toca trabajar, sino cocinar, hacer aseo, las tareas de los hijos, organizar la casa, tareas pendientes, así que las noticias, las series y películas deben adecuarse al horario que el consumidor requiere. Tener en cuenta la importancia del tiempo para los clientes es vital al momento de dar una experiencia maravillosa.

Por último, desaprender y volver a aprender. Muchos han oído la frase “menos es más”; en este momento es de vital importancia. Es evidente que el mundo se estaba moviendo en excesos, lo sabemos hoy porque podemos comparar, muchas cosas que antes se adquirían hoy han perdido relevancia. Es por ello que en la relación con el cliente se debe regresar al origen. A esa relación cercana y empática, a dar un servicio específico, claro, transparente. En un momento en el que todo el mundo está tratando de capturar la atención, es vital tener objetivos inteligentes, puntuales, medibles y excelentes. Convertirse en una marca de calidad más que de cantidad hace la diferencia.

Hoy somos las mismas personas, pero diferentes seres humanos, más conscientes, adaptables, flexibles, pero en busca de equilibrio y armonía.