

Ecopetrol venderá su participación en Invercolsa

Ecopetrol informó que en la sesión del 29 de abril la junta directiva autorizó “la desinversión de la totalidad de su participación en Inversiones de Gases de Colombia S. A. (Invercolsa), correspondiente al 51,8 % de su capital social”.

Los avances en el trámite dependerán de que la empresa obtenga las autorizaciones

gubernamentales y se agoten los trámites previstos en la Ley 226 de 1995.

“La decisión tiene como principales finalidades la desinversión de un activo no estratégico para los objetivos de crecimiento y transición energética”, señaló la compañía.

Vale la pena recordar que en los noventa

Invercolsa abrió un proceso de privatización, con un modelo que estipulaba que solo los empleados podrían comprar acciones. Fernando Londoño, quien fue presidente de la compañía de gas entre 1990 y 1995, compró más de \$9.000 millones en acciones. La transacción fue cuestionada por Ecopetrol (accionista mayoritario).

» La participación en Inversiones de Gases de Colombia corresponde al 51,8 % de su capital social.

Temadeldía

Con la medida que comenzó a regir el 1° de mayo

¿Se acabó el negocio de los tapabocas?

Algunos de los empresarios del sector textil que hicieron tapabocas durante los meses más duros de la pandemia dejaron el negocio en 2021 por la reactivación. Otros, que hasta trajeron máquinas especializadas, esperan que la gente los siga usando mientras retoman otras líneas de sus negocios.



LUCETY CARREÑO ROJAS

lcarreno@elespectador.com
@LucetyC

Los tapabocas, de la mano de la pandemia, fueron algunos de los protagonistas principales de 2020 y parte de 2021. Pasaron de ser un elemento utilizado en el ámbito médico a que todos los colombianos los utilizaran para protegerse contra el coronavirus.

La industria textil y de la confección nacional vieron en los tapabocas una oportunidad para salir a flote en medio de cierres y caídas en el consumo. Cerca del 9,9 % de las compañías de confección y textiles del país estaban produciendo elementos de protección, según le dijo a este diario, en ese momento, Camilo Rodríguez, presidente de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines.

Literalmente, los tapabocas fueron, y son, un salvavidas. No solo sirvieron para proteger a las personas del contagio, sino para evitar el cierre de muchas empresas.

Diseñadores y empresas de todos los tamaños abrieron la línea de negocios de los tapabocas, como Moda Avanzada, ubicada en Medellín y creada por el ingeniero Gustavo Velásquez hace más de 25 años. Aunque su enfoque era la ropa casual masculina, tuvieron que investigar y aprender sobre textiles quirúrgicos e iniciar la producción de tapabocas desechables para mantener a sus 34 empleados directos. Su objetivo era producir 3.000 tapabocas diarios.

Además, sacaron una línea de mascarillas para otro tipo de público con diseños, bolsillo para el filtro y con nombres de pueblos. Sin embargo, fue una línea de negocio pasajera. “Nosotros hace mucho dejamos de producir esos elementos de protección. Mientras exportamos la producción de elementos de bioseguridad, nos dimos cuenta de que en esos países empezaban a disminuir las medidas. Así que decidimos retomar nuestro ritmo prepandemia con insu-



Termosellados Malu, una empresa de fabricación de tapabocas que nació en plena pandemia. / Óscar Pérez - El Espectador

mos, proveedores y talleres”, cuenta Manuela Velásquez, hija del fundador y administradora de la compañía.

Por su parte, el Grupo Éxito, que trabaja con 99 talleres de confección en seis departamentos, generó cerca de 8.000 empleos, en su mayoría para mujeres cabeza de familia. En 2020, emplearon a 3.000 personas en 50 talleres de sus marcas propias para la fabricación de mascarillas faciales de tela.

“Durante la pandemia, el negocio textil se enfocó en la producción de tapabocas. No obstante, la producción de las prendas no paró”, aseguró Lucía de La Pava, gerente del negocio textil de Grupo Éxito.

Como le ocurrió a Moda Avanzada, la reactivación de la economía de 2021 le permitió al Grupo Éxito retomar su negocio textil, reconocido por las colaboraciones de moda que hacen con diseñadores nacionales.

Tapabocas, el producto estrella para exportar

Las mascarillas fueron tan buenas, que abrieron un mercado exportador. De acuerdo con el Ministerio de Comercio (Mincit), entre enero y julio de 2020 más de 150 empresarios (el 74,6 % eran mipymes) exportaron a 19 países tapabocas por US\$29,4 millones. En el total de 2020, se exportaron US\$49,5 millones en mascarillas,

unas 1.299 toneladas, según las cifras de la entidad. Mientras que en 2019, solo se exportaron US\$71.357.

La reactivación y el levantamiento de las medidas del uso de tapabocas en espacios abiertos mostraron la reducción de ese mercado. Según las cifras de Mincit, para 2021 se exportaron US\$8,3 millones en tapabocas. Entre enero y febrero de 2022 tan solo se han exportado US\$462.155, mientras que en el mismo período de 2021 la cifra fue de US\$2,6 millones.

En cuanto a las mascarillas de uso hospitalario, durante los últimos cinco meses de 2021 y enero de 2022 fue de US\$421.383. Las cifras de la Andi muestran un aumento de las importaciones de tapabocas. Durante el segundo semestre de 2021 se importaron US\$12,9 millones de mascarillas de uso general y US\$3,4 millones de uso hospitalario. Cifras que evidencian la desaceleración de la producción local.

» El mercado de los tapabocas se ha venido reduciendo desde 2021, como consecuencia, principalmente, de la reactivación de otras líneas de negocio.

¿Qué pasará con las empresas de tapabocas?

Así las cosas, ¿qué vendrá para este mercado? Esto, teniendo en cuenta que se ha venido reduciendo desde 2021. A lo que hay que sumarle la medida del Gobierno, que comenzó a regir desde el 1° de mayo, de retirar el uso de tapabocas en espacios cerrados para municipios que tengan el 70 % del esquema de vacunación completo y el 40 % de la dosis de refuerzo.

“Va a tener efectos importantes, tanto en la producción como en el empleo. Las mascarillas se posicionaron en 2020 como el principal producto exportado en la categoría ‘otras confecciones’ alcanzando cerca de US\$57 millones, con una participación cercana al 62 % del mercado. Eso reflejó que en este momento de la pandemia los sectores se volcaron a la elaboración de esos elementos y las empresas invirtieron recursos significativos y mantuvieron puestos de trabajo”, respondió Camilo Rodríguez.

En línea con lo que mencionó Rodríguez está el caso de Termosellados Malu, una empresa de fabricación de tapabocas que nació en plena pandemia. Primero los hicieron manuales. Después, como el negocio estaba en furor, los dueños, unos manufactureros, mandaron traer una máquina especial de China para fabricar tapabocas N95, quirúrgicos azules y pediátricos.

“La nueva norma nos afecta porque somos varias personas que dependemos de la economía de los tapabocas, incluso a mis vecinos, que tienen fábricas de tapabocas. Nuestras ventas se bajaron un 70 %. Además, de ser casi 20 empleados ahora solo somos cuatro”, contó Carolina Alonso, administradora de la empresa ubicada en el barrio Restrepo, en Bogotá.

Sin embargo, Alonso aseguró que les han consultado a sus clientes y “varios no quieren quitarse el tapabocas, porque no solo sirvió para el virus, sino también para prevenir otras enfermedades respiratorias”.

Tanto la administradora como el líder gremial afirman que las ventas de los tapabocas caerán y, es posible, los empleos también.

Ahora, con la reactivación, será necesario retornar a las líneas previas a la pandemia para mantener los empleos que generó el tapabocas. Por ejemplo, los dueños de Malu tienen otros mercados, como bolsos y billeteras. “Pasaremos de tapabocas a los otros productos”, puntualizó Alonso. ■