

Opinión



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

CARTA DEL DIRECTOR

En busca de un gran acuerdo

Es difícil saber quién fue la primera persona que habló del tema. Al concluir las deliberaciones de la Asamblea Constituyente que elaboró la carta política en 1991, el dirigente Álvaro Gómez Hurtado sostuvo que se había logrado “un acuerdo sobre lo fundamental”, una frase que repetía con frecuencia.

Más recientemente, Luis Alberto Moreno, presidente del Banco Interamericano de Desarrollo, al igual que líderes gremiales y académicos, ha hablado con insistencia de la necesidad que tiene el país de definir su senda con respecto a asuntos clave que trascienden la duración de un gobierno. Incluso Gustavo Petro puso la cuestión sobre el tapete durante la reciente campaña presidencial.

El intento de sentar a diferentes representantes de la sociedad, con el fin de construir verdaderas políticas de Estado, ha tenido éxito en diferentes países. Chile es uno de los casos más recientes en los que acabó siendo posible

alcanzar consensos con respecto a la estrategia para la niñez.

A la luz de esas experiencias hay que recibir con entusiasmo la semilla que sembraron diversos representantes del sector privado, cuya meta es que se llegue a un “gran acuerdo nacional por el futuro de Colombia”. Desde hace meses, entidades como el Consejo Privado de Competitividad y la Andi han trabajado con ese propósito en mente, mientras que un grupo de empresarios jóvenes se apoyó en McKinsey, la conocida firma de consultoría.

Un primer balance de lo realizado fue presentado el jueves pasado en una larga sesión, al final de la cual se hizo presente el presidente electo, Iván Duque. El planteamiento que se le hizo al mandatario tuvo que ver con la urgencia de fortalecer un nuevo modelo económico basado en mejorar la productividad y atraer la inversión privada. Las fórmulas que se adopten buscarían resolver

“Hay que recibir con entusiasmo la semilla que sembró el sector privado, al definir unos ejes estratégicos para hacer de Colombia un mejor país”.

los problemas sociales y mejorar la equidad, algo en lo cual se ha avanzado, pero no lo suficiente.

Los pactos que fueron propuestos tienen que ver con

siete temas: niños y jóvenes; adultos mayores; salud; justicia y lucha contra la corrupción; creación de oportunidades; Estado eficiente y moderno, y fortalecimiento del tejido social. Hasta la fecha, se han celebrado más de 20 talleres que involucran un número superior a 120 expertos. Entre más de 200 iniciativas identificadas, se encontraron cerca de 40 metas cuantificables para los próximos cuatro años.

Como es de imaginar, aquí están los grandes desafíos nacionales. En educación, para citar solo un caso, hay falencias tanto en cobertura como en calidad, por lo cual el propósito es diseñar la hoja de ruta que permita que cualquier colombiano, sin importar el lugar en donde nazca, tenga acceso a una buena enseñanza que le permita desarrollar sus capacidades.

Y en lo relacionado con la economía, la intención es conseguir una tasa de crecimiento más alta, algo que pasa por buenas reglas de juego que tocan a diferentes acti-

vidades y una mirada sectorial dirigida a una decena de segmentos que van desde la agroindustria hasta el turismo, pasando por la infraestructura y el medio ambiente. Igualmente, la idea es que el sector público sea sostenible y que la inversión pública aumente, algo que pasaría por elevar la recaudación de impuestos a niveles similares al promedio de la región.

Faltan muchos más elementos en los puntos enunciados aquí y hay otros que están en la lista de discusión, como la consolidación de la paz o la integración de los migrantes venezolanos. Como sucede en estos casos, es probable que los diferentes grupos de trabajo que se han conformado avancen a velocidades diferentes o que, incluso, sea imposible llegar al humo blanco.

Sin embargo, hay que hacer la tarea. Ahora comienza una segunda fase que ojalá permita contar con resultados rápidos y así convocar a los partidos políticos para que se sumen a la iniciativa. Suscribir uno o varios pactos mostraría que en medio de las diferencias conocidas, antagonistas de viejo cuño pueden encontrarse en el propósito de hacer de Colombia un mejor país. Ojalá así sea.

Japón y fútbol: disciplina y competitividad

Beethoven Herrera Valencia*



Nonadados por pronta y sorpresiva derrota ante Japón, vimos a los hinchas orientales recogiendo juiciosamente la basura. Luego vino la vergüenza por las imágenes de colombianos que hacían repetir a las japonesas vulgaridades en español, y nos mostraron a alumnos japoneses aseando ellos mismos su colegio.

Después aparecieron hinchas colombianos que proclamaban haber “violado la inteligencia rusa” al entrar

licor en binoculares adaptados, se informaba del decomiso en Holanda de camisas de la selección impregnadas de cocaína y de la captura de colombianos en Grecia por robar equipos médicos.

Recordé entonces las capturas de redes de apartamenteros y ladrones de joyerías en Europa. ¡Si esa creatividad se orientaría a innovar y competir por vías lícitas, no estaríamos tan rezagados en competitividad!

También vimos mensajes amenazantes contra el jugador expulsado que recordaban el magnicidio de Andrés Escobar, y eso que hemos firmado la paz...

Visitaba al Buda de Ka-

“Los gerentes y empleados japoneses hacen juntos la limpieza, van al mismo baño y la deferencia salarial es de 3-1”.

makura y arrojé al suelo la envoltura de un dulce: el guía detuvo la marcha, se agachó y la recogió en silencio.

Y cuando vi la extrañeza con la que me miraban por estar parado en el lado izquierdo en una escalera eléctrica entendí que todo mundo se alinea en un costado para permitir que quien lleva más prisa pueda seguir adelante.

Cuando pregunté al presidente de la asociación de empresarios japoneses en América Latina cómo su país fue potencia automotriz a las tres décadas del bombardeo atómico en Hiroshima y Nagasaki, sin poseer carbón, acero ni petróleo, me respondió: “Es que en Japón la gente va a los

templos a ofrecer en tanto que en América la gente va a pedir”.

Y agregó que los gerentes y empleados japoneses hacen juntos la limpieza, van al mismo baño y la deferencia salarial entre unos y otros es de 3-1.

En los acuerdos colectivos, los trabajadores se comprometen a reducir las fallas e inasistencias y a mejorar la productividad, aceptando rebajas salariales cuando hay bajas ventas, pero se les asegura participación en las ganancias y gozan de entrenamiento y estabilidad.

Los japoneses consideran que “la empresa es un ente diferente a los dueños y gerentes, de modo que sembrar en ella y cuidarla

para que se desarrolle es diferente a la tradición occidental de sacarle los beneficios y cargarle los lujos de los directivos”. (Herrera Beethoven, Portafolio Mayo 16/06).

Un académico japonés me explicaba que el bambú tarda seis años en germinar mientras desarrolla las raíces que sostendrán ese árbol que crece 30 metros en seis semanas después de germinar. ¡Con similar paciencia hay que sembrar y esperar a recoger la cosecha! Y así como se juntan los extremos del bambú sin que se rompa. “Hay que ser firmes en los principios y flexibles en las situaciones”.

*Profesor, U. Nacional y Externado beethovenh@yahoo.com

Portafolio

El Tiempo Casa Editorial
www.portafolio.com

Copyrights © 2016.
EL TIEMPO Casa Editorial S.A.

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

Director
Ricardo Ávila Pinto
ricavi@portafolio.co

Subeditores
César Augusto Giraldo Briceño
Luisa Constanza Gómez Rodríguez

Editor adjunto y jefe temático
Édimer Tovar Martínez

Néstor Alonso López
Rubén López Pérez

Subeditora de Opinión
Rosa María Cárdenas Lesmes

ECONOMÍA Y NEGOCIOS
Constanza Gómez
Andrés Cárdenas
María Camila González

Sala de Redacción
Gabriel Florez
Sebastian Londoño

Alfonso López Suárez
Andrés Felipe Quintero

Editor Portafolio.co
Pedro Miguel Vargas Nuñez

PERIODISTAS EN COLOMBIA
Medellín: Jorge García
Bucaramanga: Félix Quintero

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

Barranquilla: Estewil Quesada
Eje Cafetero: Fernando Limaña

Director Gráfico
Belmar Pinilla

Jefatura de Diseño
Juan Manuel Leal

Concepto Gráfico y Diseño Editorial
Diana Yamile Acosta G.
Dario Forero Aldana

Infografía
José Alirio Díaz

Fotografía
Casa Editorial
EL TIEMPO

Colaboradores:
Beethoven Herrera,
Manuel José Cárdenas,
Sergio Calderón,
Ricardo Villaveces y
José A. Ocampo.

Gerente Portafolio

Maria Cristina Amaya Hoyos
marama@eltiempo.com
Tel.: 2940100 Ext.: 2860.

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

Suscripciones

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

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

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