

públicas en crisis

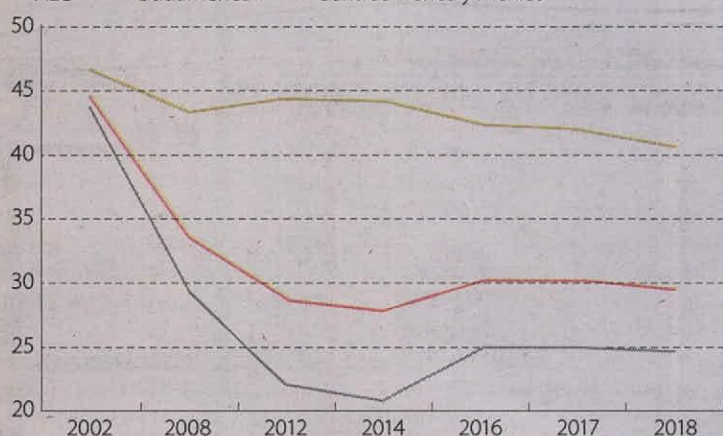
con una heterogeneidad considerable entre países. El crecimiento económico latinoamericano ha sido insuficiente y ha retrasado la reducción de la pobreza y de la desigualdad del ingreso. Además, si se considera el crecimiento de la población, es probable que el número de personas que viven por debajo de la línea de pobreza y pobreza extrema de sus respectivos países aumente aproximadamente en un millón.

Mayores ingresos no son sinónimo de mayor bienestar para todos los latinoamericanos y miramos que las trampas de desarrollo son también consecuencias de una falta de capacidad técnica en la creación de políticas públicas para diseñar, implementar y monitorear así como una capacidad financiera con una mejor gestión financiera para poder invertir en políticas estructurales con un marco de resultado definido. Las políticas públicas tienen un papel activo en las necesarias respuestas globales y multidimensionales. Para concluir, la región de América Latina y el Caribe enfrenta retos de desarrollo cambiantes y complejos que reclaman un enfoque de desarrollo en transición.

LA DESIGUALDAD EN INGRESOS Y POBREZA

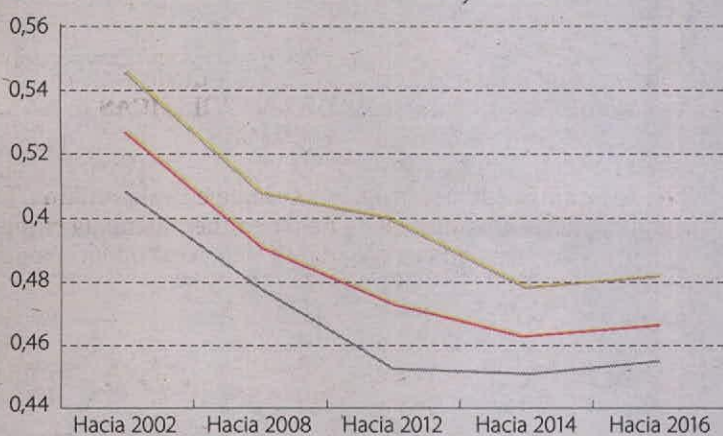
ÍNDICE DE POBREZA (como porcentaje de la población)

— ALC — Sudamérica — Centroamérica y México



COEFICIENTE DE GINI DEL INGRESO FAMILIAR PER CÁPITA

— ALC — Sudamérica — Centroamérica y México



Fuente: Cepal / Gráfico: LR-ER

TRIBUNA UNIVERSITARIA

Empresas calidosas



JUAN CARLOS ZULETA
Consultor en
Emprendimiento
e Innovación
juanzule@yahoo.com

En Colombia, el término "calidoso" se utiliza para referirse a alguien con buena actitud, simpático, servicial, agradable, querido por todo el mundo. La definición aplica perfectamente a Rigoberto Urán, a Egan Bernal y a Mariana Pajón, tres de nuestros grandes ciclistas que han dado tantas alegrías al país y que se han caracterizado por ser excelentes personas.

Hace poco fueron presentados los resultados del más reciente estudio de Merco Empresas y Líderes Colombia 2019, un informe que evalúa la reputación corporativa de las compañías y de los líderes empresariales del país. La reputación se ha convertido en uno de los atributos más importantes para las empresas y sus directivos pues, de cierta manera, mide el nivel de aceptación de su objeto social entre los distintos grupos de interés que guardan algún tipo de relación con ellas, ya sean sus propios clientes, proveedores, competidores, gobierno, ONGs, medios de comunicación,

analistas financieros, entre otros.

Algunas semanas antes de que saliera este informe, la Business Roundtable, organización empresarial que reúne a las 200 compañías más grandes de Estados Unidos, publicó un manifiesto firmado por todos los CEOs en el que redefinen cuáles serán los propósitos superiores de sus empresas a partir de ahora, pues por años pareciera haber primado únicamente la generación de rentabilidad para los accionistas, dejando de lado a los demás grupos de interés.

CUALQUIER EMPRESA, ASÍ SEA PEQUEÑA PAPEL VITAL EN LA ECONOMÍA

Mucho se ha especulado sobre las razones que motivaron la redacción de este documento: ¿sentido de culpa? ¿sostenibilidad amenazada? ¿reputación empañada? ¿marketing y free press? ¿todas las anteriores y otras que se desconocen?

Precisamente, uno de los principales cuestionamientos que hace la sociedad a las empresas no es si están ganando mucho dinero, sino cómo lo están invirtiendo; no se les pide que publiquen sus secre-

tos industriales ni que donen sus utilidades, sino que funcionen de manera responsable y transparente, procurando que las relaciones con todos los grupos de interés sean justas, pues ninguna empresa está aislada de su entorno; es más, necesita de él.

El manifiesto recoge los compromisos que han asumido estas grandes corporaciones, entre los que destacan: entregar valor a los clientes, sobrepasando sus expectativas; invertir en la formación y el desarrollo de los empleados, compensando su trabajo de forma justa, promoviendo la inclusión, la dignidad y el respeto; negociar justa y éticamente con los proveedores; apoyar a las comunidades y proteger el medio ambiente en los lugares donde operan; generar valor para los accionistas, quienes suministran el capital necesario para invertir, crecer e innovar.

No hay que ser una gran corporación para poder construir buenas relaciones con los grupos de interés. Cualquier empresa, así sea pequeña y no aparezca en ningún ranking, juega un papel vital en la economía del país. Lo verdaderamente importante es que sea una empresa querida por todos: una empresa calidosa.



CONSEJOS PARA LÍDERES

MAURICIO RODRÍGUEZ
@liderazgomr

La calidad de las palabras de un líder no se mide por la cantidad de aplausos recibidos sino por la calidad y cantidad de comportamientos positivos que motiva en la gente.

El sociólogo

Además de sus cualidades personales y de su compromiso con los habitantes de aquellas zonas del país donde la guerra y el abandono se siente todos los días, **Alfredo Molano** fue un gran maestro de la crónica. Tuvo la habilidad de narrar bajo el nombre de cualquier personaje, la angustia y la esperanza de miles de personas que viven situaciones similares.

Recorriendo el país, y siguiendo atentamente la historia de su interlocutor, interpretó la realidad con una lucidez que supera los más sofisticados análisis econométricos. Su pluma magistral logró transmitir las angustias de aquellos que luchan y tratan de superar sus dificultades. Entendió con ellos la complejidad del conflicto colombiano y nunca aceptó salidas sencillas. En los relatos de sus personajes se percibe la ironía trágica de quien ha vivido, y ha aprendido a dudar de las alternativas simplistas de los varios gobiernos que dicen tener la fórmula adecuada para conseguir la prosperidad.

Molano logró transmitir el escepticismo de quienes han oído, una y otra vez, las promesas de una nueva vida. La fuerza de su relato, como la de cualquier gran novelista, radica en la construcción de personajes emblemáticos que encarnan intereses colectivos.



JORGE IVÁN GONZÁLEZ
Profesor
Universidades
Nacional y
Externado
jorgeivangonzalez29@gmail.com

En sus primeros trabajos utilizó algunas categorías marxistas de análisis. Creyó en la bondad de la investigación-acción. En 1978, al presentar las conclusiones del seminario sobre la investigación-acción que tuvo lugar en Cartagena, escribía: "Conocimiento y

lucha política están íntimamente ligados tanto en los enunciados epistemológicos como en el nexo interno descubierto en el objeto teórico". Pocos años después, las categorías analíticas de la sociología académica terminaron incomodándolo. Sentía que no le permitían expresar el alma de la condición humana. Terminó renunciando a los análisis formalistas, que algunos estudiosos de la sociedad califican como el método científico.

MOLANO, EL SOCIÓLOGO, NO NECESITÓ PORCENTAJES Y FRECUENCIAS PROBABILÍSTICAS

Consideró que las categorías convencionales de la sociología, aprisionan la complejidad del fenómeno humano. Y, precisamente, y gracias a esta renuncia fue un excelente sociólogo. Logró mostrar que el drama de cada uno de sus personajes se enmarca en contextos específicos. Mostró que la violencia conjuga de manera misteriosa la complejidad de la acción humana en ambientes que facilitan la conversión de los unos en víctimas, y de los otros en victimarios. No aceptó las causalidades lineales. Nunca cayó en la visión maniquea que, con prepotencia infinita, pretende distinguir al bueno del malo. Sus opciones políticas, libertarias e independientes, lo llevaron a despreciar a quienes desde el poder pretenden imponer su visión de la sociedad.

Molano no se afanó por la representatividad de la muestra, ni por la pertinencia de los grupos focales, ni por la validez del evento contrafactual. No necesitó estos instrumentos porque en la maestría de su percepción logra conjugarlo todo, de tal manera que el lector capte la fuerza de la dinámica social, de una forma mucho más contundente de lo que pueden hacerlo un millón de regresiones. Nos enseñó que el relato literario escrito con la pasión de quien siente y trata de entender, es un poderoso instrumento del conocimiento científico. **Molano**, el sociólogo, no necesitó porcentajes y frecuencias probabilísticas. El ritmo de sus relatos, y la intensidad de las voces de sus personajes logran recrear el mundo real para contribuir a su comprensión.