

Productividad, tarea inaplazable



JOSÉ MANUEL RESTREPO ABONDANO
Ministro de Comercio, Industria y Turismo

Darle un giro significativo al estancamiento que ha registrado la productividad del país en lo corrido de las últimas décadas, fue una de las primeras tareas que el presidente

Iván Duque puso en la lista de prioridades de Gobierno. Y esto fue así porque, sin duda, del aumento de la productividad depende en gran medida de que la economía colombiana tenga un crecimiento mucho más alto de cara a los próximos años.

Para comenzar a afrontar el reto de tener un tejido empresarial cada vez más productivo, fue planteada una estrategia que se ocupara de llegar al interior de las firmas y comenzara a trabajar en las preocupaciones del día a día de los empresarios. Entre estas, solo por mencionar algunas, están la optimización de procesos, la mejora de productos y el fortalecimiento de las habilidades gerenciales. Desde el comienzo tuvimos claro que la productividad, en un 65%, se logra al interior de las empresas.

Y justamente, con este panorama de por medio, emprendimos como respuesta la creación y despegue del programa Fábricas de Productividad gracias al cual -por medio de Colombia Productiva y de importantes aliados

como las cámaras de comercio y el Sena- hemos avanzado en que compañías de diferentes sectores empiecen a dar giros importantes en sus dinámicas.

Con esta iniciativa, que se constituye como una de las 20 metas más importantes del Plan Nacional de Desarrollo del presidente Iván Duque para consolidar sectores más competitivos en mercados locales e internacionales, vamos a hacer 4.000 intervenciones en el país a 2022.

De la mano de aliados como las cámaras de comercio de Bogotá, Armenia, Manizales, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cali, hemos logrado a la fecha que 229 compañías de diferentes sectores estén siendo intervenidas y que más de 800 firmas estén habilitadas para formar parte de este programa que, tan solo en 2019, tiene como meta dejar en firme 1.000 intervenciones con recursos por \$21.500 millones y, también, aumentar en promedio la productividad empresarial en 8%.

Pero el aumento de la productividad no para ahí, pues el Ministerio y Colombia Productiva -de la mano de la cooperación de la Unión Europea- emprendieron un plan para mejorar la productividad de los negocios rurales. A hoy, 375 unidades (entre asociaciones empresariales y familias de productores) que cultivan café, cacao -y que también han emprendido proyectos turísticos-, han sido apoyadas en diez departamentos del país.

Entretanto, en línea con la productividad rural, también fue emprendido un plan -con ayuda de la Unión Europea- para mejorar la productividad de 19 empresas del sector lácteo del departamento de Boyacá. Así, fueron optimizados tiempos de entrega, calidad, rentabilidad y otros factores.

Otra forma con la cual hemos trabajado en promover el aumento de la productividad y el desarrollo empresarial consiste en promover el acceso a mayores fuentes de financiamiento para los empresarios. Así, tan solo en lo corrido del gobierno del presidente Duque, ha sido logrado el desembolso de recursos por \$4,4 billones. Esta es, sin duda, una cifra significativa de recursos que han permitido respaldar a 65.000 empresarios de 890 municipios de los 32 departamentos de nuestro país.

Por último, y no menos importante, es clave destacar que el aparato productivo de nuestro país está apropiándose poco a poco del concepto de economía circular. Este tiene como propósito promover el uso eficiente de los recursos en los sistemas productivos y, por supuesto, jalonar la productividad sin olvidar los beneficios que este modelo le trae al medio ambiente. Así, de la mano de Fábricas de Productividad, 50 compañías que operan en Colombia serán asistidas para implementar esta estrategia de economía circular.

¿Y si cualificamos el debate?

En el año 2016 el diccionario *Oxford* eligió “posverdad” como la palabra del año. En ese momento, fenómenos electorales globales bien conocidos tenían conmocionado al mundo por las estrategias que utilizaron para su éxito. El balance de los tres años posteriores no es mucho mejor y, desafortunadamente, poco estamos haciendo para superar esta trampa social.

Distorsionar la realidad y permitir que haga carrera cualquier información, por incierta que sea, genera un claro beneficio privado para actores con intereses políticos específicos. Sin embargo, el costo de lograr tales resultados es afectar el bienestar colectivo, a través de su efecto en el desempeño de la democracia y la confianza en las instituciones.

No es sorpresa que, en tiempos de campaña electoral, muchos candidatos recurran a la difusión de todo tipo de información, incluyendo mentiras rampantes, para cautivar votantes incautos. Esta semana, por ejemplo, el aspirante a la Alcaldía de Bogotá, Miguel Uribe Turbay



JULIÁN ARÉVALO
Decano, Facultad de Economía, Universidad Externado de Colombia

anunció en su cuenta de Twitter: “voy a garantizar un crecimiento económico superior al 6%. Así lograremos reducir el desempleo al 7% y acabar con la pobreza extrema en Bogotá”.

Si la propuesta del candidato tuviera algún asidero en la realidad, el trabajo de generaciones de economistas en todo el mundo carecería de sentido, pues desde la campaña de marras ya se encontraron las claves del crecimiento económico. ¡Ni el más ambicioso de los Premios Nobel se ha atrevido a tanto! Y si eso fuera verdad, ¿por qué contentarse con un crecimiento de apenas 6%? Poner un 9% o un 12% es igual de engañoso y hasta resultaría más atractivo.

Pero, claramente, este caso no es el único. Desde otras campañas se lanzan promesas igualmente fantasiosas, como megaproyectos de infraestructura ejecutados en tiempos récord, cifras de ensueño en nuevos cupos universitarios y convertir a nuestras capitales - en apenas cuatro años - en ciudades del primer mundo, por solo mencionar unos ejemplos. Mentiras, mentiras y más mentiras.

ESTE TIPO DE PROMESAS SOLO CONTRIBUYE A DETERIORAR EL NIVEL DEL DEBATE

Más allá de las plataformas ideológicas de cada candidato, este tipo de promesas solo contribuye a deteriorar el nivel del debate, presiona a que algunos de los contendores respondan con anuncios igualmente arteros y la discusión entre en una espiral indefinida de promesas falaces.

Un anuncio que buscaba atraer votantes termina haciéndole daño a todo el sistema político, con una ciudadanía que cada vez tiene menor capacidad de distinguir entre propuestas reales y mentiras sin fundamentos, generando escepticismo hacia todos los candidatos por igual. Se pone en juego la legitimidad misma de la democracia a cambio del beneficio de aquellos que ganan con ese desencanto generalizado y estado de “río revuelto”.

Pero las condiciones actuales de la democracia - los enormes costos que nos ha dejado la llamada posverdad - deben obligar a que cada vez más este tipo de comportamientos sean denunciados por la ciudadanía y castigados de manera contundente en las urnas. Un primer paso sería denunciar y rechazar aquellas iniciativas orientadas abiertamente a embaucar electores; hay un largo trecho entre aspiraciones a tener una mejor sociedad e intenciones denodadas por engañarla.

Tendríamos una mejor democracia e instituciones más sólidas si somos capaces de cualificar el debate; la alternativa es que timadores profesionales nos sigan prometiendo paraísos terrenales.

TRIBUNA UNIVERSITARIA

Sin temor a repeticiones en TV



LEONARDO GÓMEZ JIMÉNEZ
Profesor de Medios Digitales @conexionista

El televidente colombiano siempre le ha temido a las repeticiones en TV, aunque sea una práctica común en otros mercados, e incluso entre los consumidores más jóvenes que no ven TV

sino plataformas digitales.

En Estados Unidos en verano que baja la audiencia, repiten temporadas mientras llega otoño y los estrenos.

Hay quejas por la retransmisión de “Yo soy Betty la Fea” y “Lady”. Pero resulta que estas dos están liderando el rating en Colombia. ¿Quién iba a pensar que una telenovela de hace 20 años rescataría la audiencia de RCN que el año pasado llegó a vergonzosos picos de audiencia por debajo del Canal Uno?

El cerebro humano es perezoso por naturaleza y le gusta sentirse inteligente. Parte del éxito de “El Chavo” es que es predecible. El televidente sabe perfectamente qué va a pasar y eso le otorga cierto poder sobre la historia. Cada capítulo de El Chavo es en sí mismo una repetición.

Los niños pueden consumir tres veces seguidas al día su película favorita de Disney y repiten los diálogos porque eso los hace sentirse poderosos. Crecen y ese niño interno ama ver Betty la Fea una y otra vez. A eso sumémosle la tendencia de nostalgia por todo lo que ocurrió antes de vivir pegados al celular, de 2010 hacia atrás.

Hoy los canales de TV le apuestan a lo seguro y cada vez será más difícil que se arriesguen con un formato desconocido. Por eso cada vez veremos más cerca las temporadas de “Yo me llamo” o de “La Voz”. No alcanza a hacerse famoso el ganador de una temporada cuando ya estamos viendo las audiciones de la otra. Y preparémonos porque con la TDT seguro veremos “Desafío” ya no una hora diaria sino en un canal digital 24 horas. Una serie diferente, bien actuada, con humor y buenos personajes como “El man es Germán” cae en rating cada semana. Es riesgoso apostarle a lo diferente, y eso que esta marca ya la conocían los jóvenes, pero hoy están en Netflix.

Los jóvenes de 20 años no tienen el hábito de ver TV nacional. Para ellos nunca existió Caracol ni RCN. Nacieron con Disney XD, pasaron a Disney Channel, a

Nick, a MTV, a Warner y de ahí saltaron a Netflix. Las repeticiones son algo natural para ellos. En los canales de TV paga repiten su serie favorita cuatro veces al día y ahora ven a la carta series propias de Netflix y ahí mismo se están repitiendo Hannah Montana de 2005. Y los menores de 10 se saltaron por completo los canales de cable y la TV pues empezaron directamente con YouTube.

Los viejitos mayores de 35 todavía vemos TV y nos sentimos cómodos con lo seguro, lo que ya conocemos. Lo preocupante es que estos viejitos ya no estamos yendo de este mundo y para las nuevas generaciones, la TV es cero relevante. Su primera dama no es doña Gloria Valencia, es la Yuya con su repelente voz... ¡Háganme el favor!... Me preocupa el futuro de nuestra TV. Pero mientras me preocupo, aprovechemos que los niños no ven TV y pidámosle a RTI que solucione el lío con los derechos de sus clásicos para ver “En Cuerpo Ajeno” y “La Abuela” en Canal 1, en vez de tanta basura turca. RCN: tráenos Te Quiero Pecas, Momposina y Las Juanas. Caracol: deléitanos con Música Maestro, Pero sigo siendo el Rey y Leche.