

FRONTERAS DEL DERECHO INTERNACIONAL

Soberanismo = deforestación

Si califica la "utilidad" de las personas por su riqueza, raza y condición sexual, nada bueno podríamos esperar respecto de la conservación del medio ambiente. El presidente de Brasil, **Jair Bolsonaro**, no se caracteriza por su prudencia, tino, moderación o reserva. Emulando a **Trump** como candidato -y ahora presidente- no dudó en pronunciarse sobre todo y contra todos: no es discreto ni mesurado, llama la atención por sus declaraciones grandilocuentes, extravagantes y muchas veces irrespetuosas que nutren cientos de sitios Web.

Los líderes de hoy -inseguros y necesitados de vigencia- como señalamos el 25 de enero de 2017, se caracterizan por una inusual incontinencia verbal o escrita, esta última facilitada por las redes sociales que empobrecen la política y banalizan los debates. Superficialidad, que se centra en exaltar emociones sin importar lo que esté en juego. La preservación de la selva amazónica es crucial para el equilibrio ecológico, y para frenar -o al menos ralentizar- los cambios climáticos que enfrentamos. En sus 5,5 millones de kilómetros cuadrados concentra cerca de 30% de las especies conocidas de la flora y la fauna del planeta, configurándose como una de las regiones más importantes en biodiversidad y recursos naturales.

De ahí que hace 11 años surgiera el Fondo Amazonia, mecanismo de cooperación internacional -que de lejos- es el que más recursos ha aportado para reducir los gases de efecto invernadero por la deforestación, financiando 103 proyectos con aportes de Noruega cercanos a los 1.200 millones euros (94%), de Alemania, por 68 millones (5%) y **Petrobras 1%**. Las donaciones captadas se destinan a inversiones no reembolsables en proyectos de prevención, monitoreo y combate a la deforestación, además de la conservación y el uso sustentable de los bosques en el bioma amazónico. No obstante, el Gobierno de Brasil, de manera unilateral, cambia el cuerpo directivo del mecanismo y cancela el Comité Técnico que selecciona los proyectos a financiar, bloqueo con miras a indemnizar a terratenientes expropiados o a los que se les prohibió actividades productivas en las áreas protegidas.

LOS LÍDERES DE HOY SE CARACTERIZAN POR UNA INUSUAL INCONTINENCIA VERBAL O ESCRITA

Adicionalmente, en los últimos 12 meses, la Amazonia ha perdido 5.879 kilómetros cuadrados, 40% más que un año antes, según datos del *Instituto Nacional de Investigaciones Espaciales (Inpe)*, por sus siglas en portugués. Cifra que cuestionó **Bolsonaro** y que le costó la destitución a **Ricardo Galvão**, director de la institución brasileña.

Por estas razones, Alemania repensará sus contribuciones al *Fondo Amazonia*, y por fuera de este anunció la congelación de 35 millones en ayudas destinadas a nuevos proyectos de conservación de la selva y la biodiversidad. Por su parte, Noruega anuncia que con lo que está pasando en el *Fondo* se queda sin base legal y técnica para continuar con sus contribuciones previstas, recordando que estas están condicionadas a "resultados verificados de reducción de la deforestación".

Entre tanto, **Bolsonaro**, fiel a su estilo -con soberanismo exacerbado-, acusa a los europeos de comprar la Amazonia a plazos y responde, "tengo un mensaje para la querida **Angela Merkel**: coge tu pasta y reforesta Alemania. Lo necesitáis mucho más allá que aquí", y "¿No es Noruega la que mata ballenas en el Polo Norte? (...) Coged el dinero e id a ayudar a **Merkel** a reforestar Alemania".



ERIC TREMOLADA

Dr. En Derecho Internacional y relaciones Int.

eric.tremolada@uecatedado.edu.co

COMENTARIO ECONÓMICO DEL DÍA DE ANIF

SERGIO CLAVIJO - CON LA COLABORACIÓN DE

Eficacia en el recaudo: ¿Cómo es el

Durante el examen de vinculación a la *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos*, en 2016-2017, surgieron dos importantes recomendaciones en materia de **eficacia en el recaudo tributario de Colombia**: i) se requería elevar la relación Recaudo Neto / PIB desde el actual 14% hacia el 16% (homologando el promedio *Ocde*), para así enfrentar las urgentes necesidades en los frentes de infraestructura y seguridad social; y ii) se recomendaba elevar el recaudo de los hogares, adoptando tributación más progresiva sobre los más ricos.

Vale la pena aclarar que la *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos* no recomendaba reducir el recaudo en cabeza de las firmas, como efectivamente estará ocurriendo tras la Ley 1943 de 2018 (ver Informe Semanal No. 1444 de enero de 2019). *Anif* ha estimado que el recaudo proveniente de las firmas estará cayendo del actual 5,5% del PIB hacia solo 4,5% del PIB (-1% del PIB durante 2020-2022). No: la estrategia consistía en aprovechar el correctivo de la Ley 1819 de

2016 para lograr que más firmas se unieran al recaudo, ya que la tasa efectiva de tributación se estaba reduciendo desde el exagerado 60% (Ley 1739 de 2014) hacia un 46% (cifra promedio *Ocde*).

En efecto, el gráfico ilustra cómo el recaudo combinado de Imporrenta cobrado a firmas y hogares en los países desarrollados rinde cerca de 10%-12% del PIB, mientras que en América Latina y en Colombia ese recaudo es prácticamente la mitad (6%-7% del PIB). Esto quiere decir que el problema de América Latina y de Colombia no es solo de composición tributaria (firmas vs. hogares), sino de baja eficacia en el recaudo.

Ahora bien, es cierto que en los países desarrollados cerca de 80%-85% de ese recaudo por Imporrenta proviene del gravamen a los hogares y solo un 15%-20% proviene de las firmas.

Usualmente se argumenta que "esa es la prueba" de que la baja tributación empresarial termina por impulsar el dinamismo de mercado en los países desarrollados y no así en los emergentes de la región.

Esta argumentación del "supply-side economics" se ha visto reforzada con la **reforma tributaria de Donald Trump** en 2018, la cual redujo drásticamente la tasa del Imporrenta corporativo desde 35% (o de 24% si se mantenían las ganancias en el exterior) a tan solo 21%. Pero poco se ha analizado el problema fiscal que estará generando esta reducción en el recaudo de las firmas en Estados Unidos, cayendo por debajo de 1,9% del PIB observado en 2018.

AMÉRICA LATINA Y COLOMBIA TIENEN UN SERIO PROBLEMA DE EFICACIA

Difícilmente esa caída en el recaudo de las firmas se podrá compensar con el incremento en el recaudo de los hogares, pues dicha reforma **Trump** tan solo elevó la tributación sobre el componente de ganancias de capital y de "cruces" con impuestos a nivel de ciertos Estados de la Unión. Actualmente, se pronostica que el déficit fiscal de Estados Unidos estará bordeando un 4%-

El mundo gira y gira...



MARÍA FERNANDA HERNÁNDEZ
Emprendedora
mariaf@priscialab.com

El reporte de la industria del lujo de 2018 muestra un crecimiento de 5% durante el año a nivel mundial. A pesar de la crisis de la venta al detal, la desaceleración europea, las tensiones con China, etc. el consumo del lujo sigue fuerte con un crecimiento constante desde la crisis del año 2009.

Me llama mucho la atención cómo está cambiando el perfil del consumidor del lujo, en particular que sea cada vez más joven. Las generaciones Y y Z, es decir los nacidos entre 1981 y 2010, representaron 47% del consumo de lujo y 33% de las compras. Uno esperaría que la audiencia de productos de tradición y marcas establecidas envejeciera, sin embargo, año tras año la edad de la audiencia viene bajando. Esto me hace recordar el propósito fundamental del lujo según **Thorstein Veblen**, el consumo conspicuo o de productos suntuarios cumple una función básica social de diferenciación. Creo que en nuestros tiempos no es diferenciación de clase o económica, sino que cumple un propósito de diferenciarnos de los otros como individuos, definir nuestra identidad, nuestra calidad de únicos.

La capacidad de reacción de las empresas de la industria ha sido de admirar, han sabido evolucionar para lograr conectarse con estas nuevas genera-

ciones y mantener así su liderazgo. Han cambiado sus estrategias para llamar la atención de millennials y centennials, han adaptado su oferta de producto. *Dolce & Gabbana* es una marca que la tiene clara, por ejemplo, en su colección #DGKingsAngels, creó una propuesta dirigida especialmente a hombres millennials. En su desfile de 2018 incluyó blogueros e influenciadores de la generación cuyos seguidores en redes sobrepasan los 13 millones. *Dolce & Gabbana* celebra a través de sus colecciones la libre expresión y creatividad que define y forma la sociedad multimediática en la que vivimos hoy.

GENERACIONES Y Y Z, REPRESENTAN 47% DE CONSUMO DE LUJO Y 33% DE LAS COMPRAS

En paralelo, por primera vez en mucho tiempo, el crecimiento del consumo de lujo provino de compradores locales y no de turistas. El crecimiento de 4% de compras locales es un cambio radical en la manera de vender. Están tomando protagonismo subculturas y segmentos puntuales. La moda "incluyente" dirigida a mujeres con curvas y/o de mayor tallaje representó 20% de las prendas en el segmento

de lujo. Dentro de la hospitalidad la categoría de "expedición" está disparada, y la nutrición "ética" reflejada como el deseo de los consumidores de autenticidad, calidad, frescura y transparencia del origen de los productos fue particularmente importante.

Las ventas de lujo online siguen con un crecimiento sólido, 22% el año pasado. Ya representan 10% del mercado mientras que en 2015 apenas si llegaban a 6%. Si bien las empresas de lujo tuvieron una entrada tardía al mercado, ahora se nota el esmero por brindar una experiencia a la altura en sus redes y websites. Están inventándose el negocio, como todos, pero a su manera, siendo pioneros en muchas cosas sin descuidar la tradición y creatividad que los caracteriza.

La selecta marca de relojería, *Jaeger-Le Coultre*, ha implementado un bot (un asistente personal de inteligencia artificial tipo Siri o Alexa, pero de chat) que brinda información de los productos, sugerencias y tips acerca de la funcionalidad. Están tratando de mantener personal la experiencia digital y enriqueciéndola al volver su atención personalizada disponible en la mano, en la cotidianeidad del cliente.

El mundo gira y gira, hay cosas que no cambian, y cosas que debemos cambiar.