

El efectivo

En entrevista publicada en este diario el *Superintendente Financiero*, Jorge Castaño afirmó que un "país sin efectivo es una utopía", cuando fue indagado acerca del excesivo uso de efectivo en Colombia. Dos preguntas surgen al golpe de estas afirmaciones del funcionario y son en primera instancia porque en Colombia domina el efectivo y como segundo interrogante si acabar con el efectivo es una utopía. Veamos...

Son muchas las causas de excesivo manejo en efectivo que vemos en todos los campos de la vida colombiana. Lo vemos en contribuciones a campañas políticas en bolsas plásticas y más recientemente (aunque en billetes americanos) en un nuevo síntoma del desbarajuste de la justicia. Lo que se busca con el manejo del efectivo es evitar a toda costa la trazabilidad del dinero. De dónde viene y a dónde va a parar y esto le interesa sobre todo a la corrupción y al narcotráfico. Ninguno de estos factores mencionados por el Super, ya que es mejor no mencionar la sogá en casa del ahorrado.

Toda la cadena productiva del narcotráfico se transa en efectivo. Desde el pago a los cultivadores de la hoja, que como hemos visto cada vez son más, pasando por el que se entrega a los laboratorios y finalmente a los encargados del transporta la droga, probablemente vía Venezuela, a los mercados mundiales. En efectivo también se convierten los dólares que a través de figuras como el "peso bróker", exportaciones ficticias o contrabando entran al mercado de agache y se mantienen en esa forma para no ser detectados por las autoridades. No es dable imaginar que en este lucrativo y creciente negocio se hagan transferencias y se utilice el sistema bancario.

LO QUE SE BUSCA CON EL MANEJO DEL EFECTIVO ES EVITAR A TODA COSTA LA TRAZABILIDAD DEL DINERO.

No menos importante en el reinado del efectivo es la corrupción. Como financiar una campaña política sin pasar los topes ni evidenciar el origen, como pagar a un funcionario para un agilizar o torcer un trámite administrativo o judicial, como evadir impuestos, como burlar la trazabilidad para que estos hechos no se detecten. Con el efectivo desde luego. Lo hemos visto en varias campañas desde Samper hasta Petro, lo hemos visto en los procesos judiciales, en casos como el de Mattos o el Cartel de la Toga y lo vemos a diario en las grandes centrales mayoristas de alimentos y ferias ganaderas. No nos digamos mentiras la corrupción y el narcotráfico lideran el uso del efectivo.

Un factor adicional que ayuda al auge del dinero contante y sonante es el impuesto a las transacciones. La gente se cansó de tributar cada vez que saca dinero del banco, cada vez que hace una transacción en el sistema financiero. Todo pago, así sea transable y transparente que se haga en efectivo evita, de manera legal, el bendito cuatro por 1.000.

La segunda pregunta; ¿Un país sin efectivo es una utopía? China tiene algo más 1.400 millones de habitantes y ha erradicado el efectivo de manera tajante en sus zonas urbanas y parcialmente en las zonas rurales. Esta realidad me tocó vivirla en mi última viaje a China cuando encontré que ni las tarjetas de crédito (dinero plástico) ni el efectivo servían para nada. Todo se paga con código URL a través del celular con el uso de WeChat, el equivalente chino al Whatsapp. De esta manera y con el uso de Big Data todo es transable y el control de los flujos de dinero permite monitorear las economías subterráneas y la ilegalidad.

Ahora que hablamos de economía naranja, sería bueno aplicarla a eliminar el efectivo como herramienta para controlar toda suerte de delitos.



LUIS FELIPE GÓMEZ RESTREPO
Rector U.
Javeriana de Cali
rector@javerianacali.edu.co



CARLOS RONDEROS
Consultor en Comercio y Negocios Internacionales
cronderos@gmail.com



SERGIO CLAVIJO
Director de Anif
anif@anif.com

Colaboración flexible aun con el

Una idea disruptiva para afrontar la complejidad de los extremos es declinar la expectativa de construir metas colectivas y armónicas. Esta es la provocativa idea de Adam Kahane en su libro, "Colaborar con el Enemigo: cómo trabajar con quien no estás de acuerdo, no te agrada o no confías". Una forma de colaborar con todo el mundo y no caer en la trampa de lo que llama la "enemificación", que en la polarización nos aísla, por sentirse rodeado de enemigos irreconciliables, actitud más corriente de lo que uno cree, por esa tendencia a victimizarnos. En momentos críticos para la paz de Colombia pensamos con añoranza cómo sería articular-

nos en proyectos comunes que vuelvan realidad la elusiva meta de una paz.

La propuesta de Kahane es que podríamos estar en desacuerdo sobre los problemas que enfrentamos, las causas, los por qué, sobre lo que se necesita hacer al respecto, y sobre lo que parecería un bien para todos, pero todavía podríamos avanzar creativa y libremente, en algunos proyectos conjuntos. A este tipo de trabajo en común lo llama colaboración elástica. Una manera de colaborar que implica aceptar el conflicto en vez de esperar tener acuerdos. Se trata de experimentar formas de avanzar en medio de las diferencias y comprometerse en la acción con el deseo de cam-

biar personalmente para que todo funcione, por encima de querer cambiar a los demás.

Esta manera de actuar en conjunto es un buen consejo en tiempos en que colaborar parece ser un signo de los tiempos. En el presente abundan las iniciativas de colaboración con extraños y diferentes como formas de sobrevivencia alternativa, la economía colaborativa de Ray Algar, que implica jugar al margen del sistema predominante utilizando de forma activa las redes sociales y las plataformas digitales para compartir bienes y servicios con un enfoque de solidaridad y beneficio mutuo entre varios consumidores que no necesariamente se conocen o se aprecian. Es el caso de Uber,

Inflación de febrero 2019 y debilidad

El Dane reportó que el mes de febrero de 2019 registró una inflación mensual de +0,57%, inferior al consenso del mercado (+0,75%) y a lo observado un año atrás (+0,71%). Ello implicó convergencias en la lectura anual hacia un favorable 3,01% (vs. 3,15% del mes anterior), ubicándose en el punto medio del rango meta del Banco de la República (BR), ver gráfico adjunto.

Dicha convergencia inflacionaria se explicó principalmente por la disminución de la inflación subyacente (sin alimentos) hacia 3,3% anual (vs. 3,5% un mes atrás). Sin embargo, la buena noticia de contención de la inflación se ve ahora empañada por malas noticias sobre debilidades en la demanda agregada que están ocasionando la no transmisión de costos en el arranque de 2019.

Por ejemplo, ha pasado algo inadvertido el efecto que tuvo la revisión a la baja del PIB-real de

METAS DE INFLACIÓN



Fuente: Cálculos Anif con base en Dane.

Gráfico: LR-GR

2017 (al crecer solo 1,4% vs. 1,8% antes estimado) sobre la lectura de crecimiento de solo 2,7% en 2018. Si se hubiera mantenido la cifra reportada para 2017, el Dane debería haber registrado un crecimiento del 3,1% en 2018 (= 2,7% + 0,4% de menor base en

2017), pero ello no ocurrió. De hecho, el ISE del último trimestre tan solo alcanzó 2,8% anual (a pesar de calcularlo sobre las bases más bajas de 2017), cuando lo esperado era haber llegado si quiera a 3% anual, según los indicadores líderes de nuestro ALI.

Comunicación relevante



IGNACIO IGLESIAS LOZANO
CEO Havas Colombia & Central Latam
ignacio.iglesias@havas.com

Nuestra compañía está publicando en estos días a nivel local y global los resultados del estudio denominado meaningful brands, que llevamos realizando durante diez años en más de treinta países y donde analizamos más de 1.800 marcas.

Los resultados tienen dos interpretaciones. De una manera "cuasi" apocalíptica en el sentido de la irrelevancia que tienen para las personas la gran mayoría de las marcas (76% de las mismas podrían desaparecer y no pasaría nada) y los contenidos que producen, o bien de una manera positiva y es que las marcas que han optado por este tipo de comunicación relevante, no sólo han mejorado considerablemente sus indicadores de marca, sino que venden más e inclu-

so las personas están dispuestas a pagar más por dichos productos. Es decir, tiene un impacto directo en el negocio. Aquí me quiero situar; en el lado alentador y no en el sombrío.

Hasta hace pocos años, los consumidores consideraban que era responsabilidad de los gobiernos/instituciones públicas preocuparse por el bienestar personal y colectivo de las personas. Las marcas/productos tenían que centrarse en los beneficios funcionales única y exclusivamente. No sé si por la poca eficiencia de unos en lograr ese objetivo primordial o por la necesidad de buscar soluciones más rápidas y efectivas que impliquen que "todos debemos arrimar el hombro", pero el hecho cierto es que esa división ya

no tiene vigencia y ahora más que nunca se les exige a las marcas que procuren dichos beneficios más que funcionales a las personas.

Se da por supuesto, porque sino ya habrían desaparecido del mercado, que un automóvil te transporta con mayor o menor comodidad; que una pasta de dientes te los deja blancos y te los limpia de gérmenes; que una cerveza te refresca... Es decir, son productos de calidad, útiles, de fácil acceso, con una buena comunicación... Sin embargo, eso ya no basta. Ahora, además de todo lo anterior se pide a dichas marcas que me hagan la vida más fácil, más feliz, más saludable, me generen tranquilidad, me hagan sentir orgulloso, lleven nuevas ideas a nuestras vi-

enemigo

Airbnb por otras propuestas que se abren paso en el mundo actual, rompiendo el sistema de intercambio tradicional.

Esta oleada colaborativa alcanza también al mundo de los negocios. **Michael Porter**, el profesor de *Harvard*, invita al mundo empresarial a renovar sus procesos y actividades de negocios tomando en cuenta su entorno, sin sacrificar la búsqueda y obtención de utilidades a través de lo que llama la búsqueda del Valor Social Compartido, en una visión ampliada de los grupos de interés.

La colaboración está de moda también en el mundo educativo. **Ken Robinson**, nos recuerda que somos una especie altamente colaborativa y que por

eso compartimos lo que sabemos de muy diferentes formas con todos. El diseño de aulas de trabajo colaborativo se impone como una estrategia efectiva para el aprendizaje, para la creación y para potenciar las competencias colectivas.

Frente a la idea de un ser humano egoísta que privilegia sus intereses sobre los demás, es esperanzador pensar como **Kahane** que no hay que estar de acuerdo para colaborar. Para llegar a la colaboración con flexibilidad, **Kahane** plantea tres estiramientos: primero trabajar con todo el mundo, en particular con los que están también implicados en la situación problemática. En segundo lugar, la solución no está pre-hecha, por

lo que se debe estar abierto a experimentar distintas perspectivas y posibilidades para seguir adelante. Y finalmente, se debe entrar directamente a la situación y estar dispuestos a cambiar la manera de hacer.

La paz anhelada quizás tenga una oportunidad en esta idea disruptiva, en la que podemos actuar y experimentar reconociendo que pensamos distinto que podemos ser incluso contradictorios, pero que, aun así, encontramos valioso y estratégico colaborar.

¡Qué bueno que en Colombia enemificáramos muchos menos, y colaboráramos flexiblemente mucho más! Tendríamos más soluciones y bienestar para todos.

económica

Todo lo anterior indica que la economía, aún durante 2018, mantuvo un moderado rebote (afortunadamente, por debajo de nuestras expectativas) y que continuamos con crecimientos de solo 2,7% anual durante el último quinquenio (por debajo del potencial de 3% que maneja *Anif*). Esto implica que si bien no existen presiones de demanda sobre la inflación (por el momento), ello encierra razones de deterioro de nuestro sector real.

La otra fuente de debilidad macroeconómica tiene que ver con el deterioro del mercado laboral, registrando tasas de desempleo de 12,8% a nivel nacional en enero de 2019 (+1pp frente al resultado de 2018). Esto implica que ha continuado el deterioro que se traía desde el año anterior, cuando se registró un alza de +0,3% en la tasa de desempleo promedio año, alcanzando 9,7%. Parte de este mal comportamiento es di-

rectamente atribuible al error de haber incrementado el SML a ritmos de 6% para 2019 (+3pp por encima de la inflación, el error más grande de los últimos 30 años en materia laboral). Así, la culpa no es solo de la presión laboral proveniente de unos 500.000 inmigrantes venezolanos. En este sentido, ni el BR ni el gobierno deberían estar tan tranquilos sobre "el control de la inflación", pues ello ocurre debido a deterioros de la estructura productiva del país, lo cual agravará la tensión social.

También se ha dado relativo parte de tranquilidad al ver la inflación subyacente (sin alimentos) reduciéndose hacia 3,3% anual (como ya se mencionó), a pesar de la presión de costos de combustibles que venían ajustándose a ritmos de 10% anual. Ese menor ajuste en precios de combustibles ahora tiene como contrapartida unos faltantes fiscales de 1,4% del PIB

en el FEPC. Nuevamente, la menor presión inflacionaria tiene explicaciones que deben preocuparnos, pues en este caso deterioran la viabilidad de *Ecopetrol*. Ya veremos qué pasa con la propuesta del PND de que sea *Ecopetrol* el que absorba el costo de estos mayores subsidios de los combustibles.

Anif ratifica su pronóstico de crecimiento de 3,3% para 2019 en Colombia, cerca de la cifra de consenso. Teniendo en cuenta todo lo anterior, *Anif* pronostica que la repo del BR permanecerá inalterada en su actual 4,25% durante el primer semestre de 2019. Durante la segunda mitad del año, se deberán sopesar las buenas noticias inflacionarias con la mencionada debilidad económica y el deterioro de las cuentas externas. Probablemente, el BR estará incrementando la repo en 50pb durante dicho período, llevándola a 4,75% al cierre de 2019.

das. Todos estos atributos se denominan beneficios personales. Pero, con todo y eso, aún no es suficiente y... ¡además les pedimos es que sean marcas éticas, transparentes, responsables con el medio ambiente, incluyentes, generadoras de empleo de buena calidad, un lugar donde la gente quiera trabajar! Estos y otros elementos que denominados "beneficios colectivos" cada vez más influyen en el éxito de los productos

Hasta aquí algunos CMOs y/o CEOs podrían pensar que este ejercicio teórico está muy bien, pero que mientras mi cuota de mercado o las ventas no se vea impactadas, podemos seguir con nuestro posicionamiento de compañía. Aquí llega la segunda derivada que muestra este es-

tudio y es que las marcas que el consumidor considera "meaningful" (relevantes) aumentan la intención de compra entre los "no clientes" casi tres veces más que las que no lo son y en casi la misma proporción, entre los clientes, son recomendadas el doble que las menos relevantes y, lo más importante, el consumidor está dispuesto a pagar más del doble que por un producto similar en beneficios funcionales, pero que no mejora la calidad de vida de las personas y la sociedad. Todo esto no es teoría ni ciencia ficción; ¡es una realidad verificable!

¡Y este racional es especialmente seguido por las nuevas generaciones! Por lo tanto, no demos dormirnos en los laureles si no queremos ser recordados

en breve como una marca del pasado que aparece en "reels" nostálgicos y con olor a naftalina.

Empresa "meaningful", transformación digital/cultural, comunicación inclusiva y de doble vía... son algunas de los pilares que deben buscar de manera urgente las compañías si quieren servirles en el medio y largo plazo. Los consumidores esperan que las marcas se posicionen y actúen trabajando por una vida y un mundo mejor. Las marcas que no lo hagan serán olvidadas, mientras que las que den un paso al frente en este sentido y trabajen en pro de los desafíos de la sociedad, quedarán tatuadas en la piel y el cerebro de las personas; meaningful brands, meaningful people, meaningful world.



CONSEJOS PARA LÍDERES

MAURICIO RODRÍGUEZ
@liderazgomr

Palabras sin acciones matan a los ideales.

Herbert Hoover

El dilema del glifosato

El glifosato, herbicida que Monsanto ha comercializado bajo la marca *Roundup*, no es bueno para la salud, como cualquier otro herbicida o insecticida. Su función principal, como lo indica su nombre, es la de matar las hierbas que afectan una cosecha, sea de maíz o soja diseñada genéticamente para resistir a él.

Nadie, en su sano juicio, puede argumentar que un producto diseñado para matar hierbas pueda ser bueno para la salud, así como no lo es la gasolina, el smog de los buses, el jabón para ropa o cualquier producto de los que abundan y no son diseñados para la ingesta humana. Es más, múltiples estudios sugieren que productos diseñados para el consumo humano como el azúcar, el alcohol y muchos otros son también nocivos para la salud.

La afectación por el uso del glifosato en la aspersión aérea de los cultivos de coca que inundan el país se refleja principalmente en la contaminación de las fuentes de agua. Este tipo de afectación sucede hoy en los cultivos transgénicos que representan 12% de los cultivos mundiales, alrededor de 181 millones de hectáreas, es decir 822 veces el área cultivada de coca en Colombia.

Si bien ha habido múltiples estudios a nivel mundial que condenan los cultivos modificados genéticamente por sus posibles consecuencias en la salud humana, la controversia de la conveniencia sobre el uso del glifosato está lejos de estar zanjada.

Sin embargo, el dilema que tiene la *Corte Constitucional* con respecto a la aspersión aérea con glifosato para eliminar los cultivos ilícitos de coca que afectan nuestro país debe ser planteado de otra manera, esto es, entendiendo que tiene que escoger el menor de los males posible desde un punto de vista pragmático. El primer mal posible es el mencionado de la afectación a la salud y el ecosistema por el uso del glifosato, afectación sobre la cual, independientemente de la citación de algunos estudios científicos por parte del exministro Gaviria, la permanencia a nivel mundial de los cultivos genéticamente modificados pone en duda su aplicación práctica.

LA CORTE, CON RESPECTO AL GLIFOSATO, TIENE QUE ESCOGER EL MENOR DE LOS MALES POSIBLES

El segundo mal posible es el de la erradicación manual, con la afectación posible a los erradicadores inocentes en el incremento de los cultivos ilícitos, con minas quebrapatas y la violencia de quienes defienden su sustento ilegal. Por mucho que se desechen los argumentos utilitaristas, no se puede ignorar que la erradicación manual es mucho más costosa y difícil de controlar que la aspersión de glifosato, y que el impacto en el presupuesto de la nación implica que se puedan dar a luz menos programas sociales, por ejemplo, ambientales y en cobertura de salud. ¿Será este un mal menor al de la aspersión con glifosato? Difícil de decir o contradecir.

El tercer mal por considerar es no hacer nada al respecto de los cultivos ilícitos, como ocurrió en la administración anterior. En ese caso el mal causado es el aumento de los cultivos de coca, el incremento en el narcotráfico y de los índices de violencia, la instauración de una cultura de dinero fácil, la persistencia en el delito de desmovilizados de las Farc, sin contar con el dilema poco fácil que tiene que solucionar ahora la *Corte Constitucional*. Advirtiendo que se habla más por el ejemplo que por medio de intervenciones públicas, ¿será que este fue el mal menor que consideraron el exministro y el expresidente mientras estuvieron en el poder?



MARC EICHMANN
Profesor MBA
Universidad de los Andes
eichmannm9@yahoo.com