

Portafolio

EL DIARIO LÍDER EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

www.portafolio.co

LOS 10 TEMAS ECONÓMICOS

que marcaron las elecciones

Propuestas de empleo, la inflación y posturas sobre la reforma pensional, tributaria, o a la salud han sido las claves en la carrera. Pág. 4

1

El debate en las pensiones

2

La inflación y sus impactos

3

Subsidios y programas sociales

4

Transición energética y petróleo

5

Una nueva reforma tributaria

6

Potenciar el sector agrícola

7

¿Revisar o usar más los TLC?

8

Generación de más empleo

9

El sector privado y su papel

10

La reforma al sistema de salud

ECONOMÍA

Antioquia, Bogotá y Valle, zonas con más micronegocios

Según el Dane, hay 5,75 millones de este tipo de establecimientos.

Pág. 5

360 GRADOS

Con grandes producciones, sigue la guerra del 'streaming'

Pág. 8

ENTORNO

PIB de Colombia, entre destacados en la región en el primer trimestre

PIB de A. Latina

Colombia

8,50%

Venezuela

7,80%

Chile

7,20%

Perú

3,84%

México

1,00%

Fuente: Sondeo Portafolio

El dinamismo se mantiene en la región, pero con la alta inflación y Ucrania se empieza a ver un freno.

Pág. 7

CONTRAPORTADA

'Se necesita un sistema de salud más predecible': Novo Nordisk

Pág. 12

NEGOCIOS

Consumidores gastan 9% más, pero compran 8% menos productos

Por los altos precios, también están bajando su frecuencia de compra, según estudio de Kantar.

Pág. 3

Lo que pasó



Ante elecciones las empresas deben medir riesgos. El directivo expone los escenarios complejos que se podrían generar luego de las votaciones.

Theodore Kahn,
analista sénior de Control Risks.



El turismo va camino a romper récords este 2022, los destinos menos concurridos como Neiva, Buritaca y Montería son tendencia para mitad de año.

Luiz Cegato,
senior manager comms de Booking.



Nicolás Uribe, presidente de la Cámara de Comercio de Bogotá, explica los retos que asumirá como nuevo presidente de la Federación Mundial del sector.

Nicolás Uribe, presidente Federación Mundial de Cámaras de Comercio.



Popsy impulsa sus franquicias y la cadena de helados maneja un nuevo concepto, con el que busca que el consumidor tenga una experiencia de cocreación.

Natalia Niño,
gerente general de Popsy.



Francisco Miranda Hamburger
framir@portafolio.co
Twitter: @pachomiranda

RETROSPECTIVA

Reactivación con pesimismo

MAÑANA 38 millones de colombianos aptos para votar están citados a las urnas para elegir el próximo presidente de la República. A pesar de que Colombia registra un crecimiento del PIB del primer trimestre del 8,5% y ya se han recuperado casi todos los puestos de trabajo destruidos por la pandemia, el país llega a esta cita electoral sumido en el pesimismo colectivo y con angustiantes preocupaciones económicas. Las más recientes encuestas ratifican un descontento social generalizado sobre el rumbo de la Nación- si bien la economía crece- y la agenda socioeconómica como el principal problema que enfrenta la sociedad. La última medi-

ción de Pulso Social del Dane, por ejemplo, refleja deterioro en la confianza de los consumidores y que 62,3% de los hogares reportó en abril menores posibilidades que hace un año de adquirir artículos de primera necesidad. La inflación se está devorando tanto la capacidad adquisitiva de millones de hogares pobres como su capacidad de experimentar los beneficios de la senda de la reactivación. Casi 90% de los hogares encuestados en Pulso Social creen que los precios aumentarán. Lo que es aún más grave, 60% considera que su situación económica hoy es peor que la de hace un año. La percepción negativa de la mayoría de los colombia-

nos en el frente económico, tanto para sus hogares como para el país, no se corresponde con la dinámica de crecimiento en la mayoría de los sectores productivos. La campaña presidencial llega a la primera vuelta en este ambiente de descontento social, pesimismo colectivo y una difícil traducción de la reactivación económica en empleo, ingresos y esperanza de futuro para las mayorías. Esta situación conducirá al próximo mandatario, cualquiera que sea, a definir prontamente una agenda de reformas sociales con implementación inmediata. Esos cambios deberán tener unas expectativas realistas tanto de ejecución como de financiación.

DESTACADOS

Hogares tienen menos acceso a bienes básicos

La percepción de los hogares sobre la situación del país y la economía viene deteriorándose. En el Pulso Social del Dane de abril, hubo una reducción de 0,6 puntos en el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC), que llegó a 34,7 puntos.

Crisis alimentaria, tema del Foro de Davos

El mundo experimentará un alza en precios de los alimentos en los próximos 10 a 12 meses si no se resuelve el tema de la poca oferta de fertilizantes y el bloqueo de granos de Ucrania, dijeron expertos en el Foro Económico Mundial de Davos.

Gasolina nacional mejora su calidad

En el diésel que se vende en el país, la norma pide máximo 50 partes por millón en azufre y Ecopetrol lo surte con solo 13 partes por millón. Las gasolinas también son más limpias con estándar internacional.

Grupo Bancolombia, autorizado en EE. UU.

Autoridades regulatorias del mercado de valores en EE. UU., Finra (Financial Industry Regulatory Authority) y la SEC, dieron al Grupo Bancolombia las licencias para operar como comisionista de bolsa y asesor de inversiones en ese país.

Ecopetrol, a producir hidrógeno

La petrolera anunció una alianza con seis multinacionales especializadas en hidrógeno. Siemens Energy, una de las seleccionadas, indicó que tienen la capacidad de suministrar, en la primera etapa, los electrolizadores.



ASÍ LO DIJO ...



“La invitación es a votar el domingo. Es el momento de examinar los programas de gobierno, contrastar las ideas, evaluar las hojas de vida y las trayectorias públicas de los candidatos”.

Jaime Alberto Cabal,
PRESIDENTE DEL CONSEJO GREMIAL.

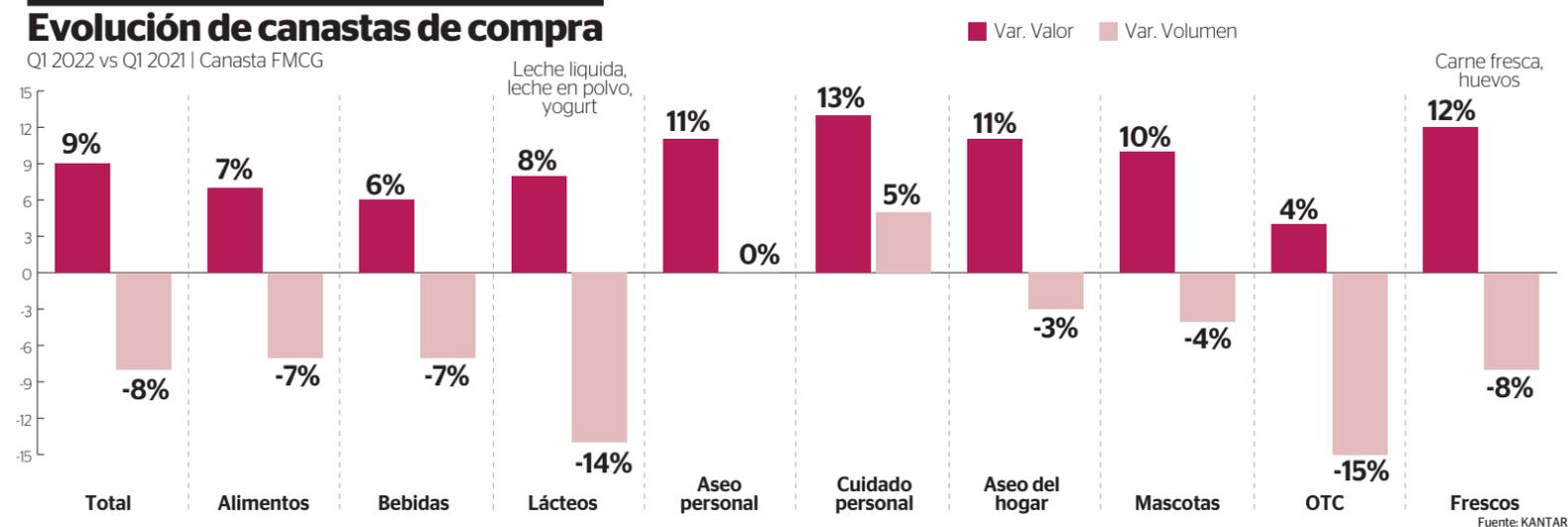
1.020

MILLONES de dólares pagará el grupo suizo Glencore tras lograr acuerdos con Reino Unido, Estados Unidos y Brasil, declarándose culpable de corrupción en África y en Suramérica y de manipulación de los mercados petroleros. El monto del Reino Unido está aún por definirse.

Negocios

Evolución de canastas de compra

Q1 2022 vs Q1 2021 | Canasta FMCG



En el primer trimestre, gastos de los hogares crecieron 9%

En la actual coyuntura, los 'shoppers' sacrifican volumen para poder hacerle frente al aumento de precios, dice estudio de Kantar. Disminuye la frecuencia de compra.

Constanza Gómez Guasca

UN HOGAR colombiano cerró el primer trimestre del año gastando un 9% más de lo que en el mismo periodo del 2021 en su mercado tradicional, influenciado por un mayor crecimiento del precio promedio.

Así lo concluye el primer estudio del año que presenta Kantar división Worldpanel Colombia, el cual mide el pulso al comportamiento del consumo de los colombianos en el país. Esta compañía especializada mide las compras reales de los hogares en más de 90 categorías de consumo masivo.

El aumento del gasto, a causa de la alta inflación, genera otros cambios. Por ejemplo, el comprador espacia la frecuencia de compra y disminuye el volumen de lo que lleva a su casa para abastecerse, con un mayor impacto en la población de bajos recursos.

“Cuando uno contrasta esto con niveles socioeconómicos más bajos es el país se ve mayor afectación en términos de volumen, lo que significa que en el país los niveles socioeconómicos más bajos son los más vulnerables a disminuir el consumo justamente por la presión inflacionaria”, comen-

ta Jaime García, Country Manager de Kantar división Worldpanel Colombia.

La gente está disminuyendo el volumen comprado en las categorías de consumo masivo, como se constata para el último trimestre del año esa es la foto.

Si la frecuencia no mejora y el precio crece, la familia debe gastar más, lo que al final se traduce en que se está consumiendo menos volumen de las categorías.

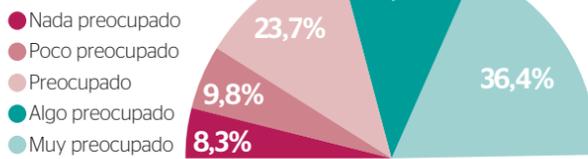
Un hogar colombiano cierra el primer trimestre del año gastando un 9% más de lo que gastaba en el mismo periodo del 2021, influenciado por un mayor crecimiento del precio promedio.

La inflación arranca por encima del 4% y en el caso

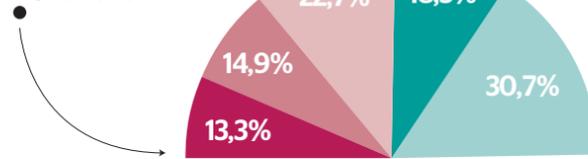
“El comprador espacia la frecuencia de compra y disminuye el volumen de lo que lleva para abastecerse”.

¿Qué tan preocupado está en relación con los siguientes aspectos?

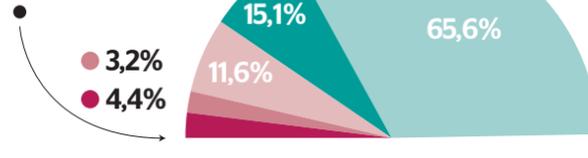
La futura situación económica de mi hogar



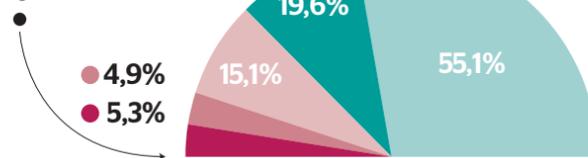
La situación laboral de los integrantes de mi hogar y/o propia



El incremento en precios de mi canasta básica (alimentos, bebidas, etc.)



El incremento en precios en servicios o bienes (gasolina, arriendo, etc.)



Fuente: KANTAR

del consumo masivo crece a 19%. Esto, si se relaciona en términos de volumen el hogar baja en 8%, por el alto crecimiento de precio.

“En vista de que la frecuencia de compra no mejora (-2%) los hogares están optimizando la visita de compra a los puntos de venta y a una presión de inflación lo primero que hace es priorizar categorías, afectan el comportamiento de unas y genera crecimiento en otras categorías. Lo que implica un aumento del 9% del gasto en términos de valor”, añade Jaime García.

Otra situación que se detecta es que varios canales presentan niveles positivos de valor y volumen, lo que indica que las personas están regresando a comprar en varios establecimientos, inclinadas hacia las llamadas marcas propias.

DETALLE DE LA CANASTA

Al analizar la evolución de canastas de compras en el primer trimestre, los datos generales se profundizan según ‘la lista’ de compras que hagan las familias colombianas.

Kantar división Worldpanel Colombia dice que frente a este panorama los shoppers sacrifican volumen para poder hacerle frente al

alza en precios. Esto, concluye, se agudiza en particular en las categorías de lácteos y frescos, ambas caracterizadas por ser de alta rotación.

En la primera el aumento en valor es de 8%, en tanto que la reducción en el volumen es de 14%.

A su turno, la frecuencia de compra se reduce en 15% y el precio promedio de los productos aumentan en promedio 24%.

En lo que tiene que ver con la categoría de frescos, en donde están productos como las carnes y los huevos, la variación en valor es del 12% y en volumen es -8%. La frecuencia de compra se situó al cierre del primer trimestre en -11% respecto al mismo periodo del año pasado y el incremento del precio promedio en esta categoría fue 22%.

Otra categoría que se impacta es la de productos OTC (medicamentos sin fórmula médica y multivitámicos) que aumenta 4% en valor y disminuye el volumen de compra en 15%. El precio promedio aumento 14% y la frecuencia se reporta estable, dice el informe.

FRENTE A OTROS PAÍSES

Kantar relaciona indicadores como los del desempleo, la inflación y el crecimiento económico con la forma en que la gente está gastando y publica un indicador que demuestra qué tanta presión está teniendo el consumo para crecer.

Dónde se genera mayor crecimiento el indicador en Ecuador es de 1,9, mientras que en México, Perú y Chile llega a 0,6, 0,6 y 0,3, respectivamente.

Colombia, en cambio, está en -0,6, al lado de Brasil (-1,4%) y Argentina (-3,6%). “El país está en el segundo lugar de decrecimiento en el consumo de categorías masivas en el hogar”, dice Jaime García.

“Las categorías de lácteos y frescos, ambas caracterizadas por ser de alta rotación, se ven impactadas por la coyuntura”.

Economía

Los 10 temas económicos que marcaron las elecciones

Propuestas para generar empleo, la inflación, y posturas frente a la reforma pensional, una tributaria, o al sector salud, han sido las claves en la carrera por la Casa de Nariño.

Laura Lucía Becerra Elejalde

A DIFERENCIA de otras elecciones y campañas, donde temas como la seguridad, la corrupción, la paz o la educación con el centro

de los debates y las propuestas, para las elecciones presidenciales de 2022-2026 la economía se convirtió en la protagonista.

Tras la pandemia por covid-19 y los estragos que ge-

neró en las cuentas del Estado, en los bolsillos de los hogares y en las finanzas de las empresas, la agenda de los candidatos se comenzó a centrar en propuestas en torno a seguir con la senda

de recuperación que ha traído la economía, en recuperar los empleos perdidos y en mitigar la escalada que ha tenido la inflación desde el año pasado.

Algunos de los temas

más sonados han sido las propuestas para generar empleo, así como la necesidad de una reforma laboral que ya sea, flexibilice las condiciones de contratación para aumentar la for-

malidad, o que mejore las condiciones del empleo formal: la continuidad de algunos programas como el de Ingreso Solidario, así como nuevos subsidios tanto para los más pobres, como para los adultos mayores, también ha estado en el tira y afloja de los candidatos.

El petróleo y la transición energética fue otro de los puntos álgidos entre los candidatos, al igual que la posibilidad de renegociar o revisar los tratados de libre comercio (TLC). Todos coinciden es en la necesidad de impulsar al sector agrícola, y mejorar la situación fiscal es otro de los imperativos, por lo que una nueva tributaria podría venir en el próximo gobierno. 

El debate en las pensiones

El sistema pensional en Colombia es una bomba de tiempo. La reforma es uno de los grandes pendientes. Un modelo de pilares, es la propuesta de Petro, que al igual que Fajardo propone un subsidio de \$500.000 para los adultos mayores sin pensión. Gutiérrez ofrece aumentar la cobertura de Colombia Mayor.

La inflación y sus impactos

La subida de precios es una de las mayores preocupaciones de los colombianos, y la inflación llegó a 9,23% en abril. Gutiérrez apuesta por la reducción de aranceles y aprovechar los fondos de estabilización de precios, mientras que Petro, Fajardo y John Milton Rodríguez hablan de aumentar los subsidios para ayudar a quienes más golpea la inflación.

Los subsidios y su continuidad

Mantener los programas sociales, dado su costo fiscal, ha sido otra disyuntiva. Gutiérrez propone mantener los programas actuales, Fajardo ajustar los montos de todas las transferencias monetarias según el alza del IPC, y Petro plantea varios paquetes de ayuda. Rodolfo Hernández sugiere mantener los subsidios de vivienda.

La transición energética y petróleo

Invertir en una matriz energética con menos emisiones es otro plan de todos los candidatos, pero la dependencia al petróleo es lo que los diferencia. Mientras Enrique Gómez propone subir la producción, Petro propone un “freno del modelo extractivista”. Gutiérrez avanza a intensificar la operación hidrocarburofera y Fajardo dejar la dependencia.

Una nueva tributaria

La situación fiscal es uno de los riesgos por los que han alertado los expertos. Y mientras que Gutiérrez y Hernández hablan de reducir el gasto público, los otros candidatos abogan por una reforma tributaria. Todos coinciden en la necesidad de eliminar exenciones y beneficios a grupos especiales y en impuestos más progresivos.

El agro y medidas para impulsarlo

Potenciar la producción agrícola es un punto que todos los candidatos tocan. Fajardo y Hernández lo toman como un sector clave, Petro propone una reforma rural y el desarrollo de sistemas agroforestales y silvopastoriles, mientras que Gutiérrez propone medio billón de pesos anuales para créditos agropecuarios.



Gustavo Petro, Federico Gutiérrez y Sergio Fajardo, en el último debate organizado por El Tiempo y Semana. CEET

Revisar los TLC

En materia de comercio internacional, se generó polémica pues Petro propone renegociar los TLC, y Hernández aboga por “revisar el cumplimiento de las condiciones de los TLC” y que no se pueda importar productos si hay oferta local. Por el contrario, candidatos como Gutiérrez sugieren diversificar la oferta exportable y aprovecharlos.

Empleos y reforma laboral

Los estragos en materia de empleo que dejó la pandemia hicieron que la generación de nuevos puestos de trabajo pasaran al centro de la campaña. Gutiérrez apuesta por 1,2 millones de puestos nuevos y flexibilizar la contratación, mientras Fajardo aspira crear al menos 1,5 millones. Petro propone que el Estado sea el empleador de última instancia.

El sector privado y su papel

La reactivación se dio en buena parte gracias a las empresas, y por ello son varias las propuestas para seguir impulsándolas. Enrique Gómez propone reducir costos para las pymes, Gutiérrez pone a la actividad empresarial en el centro de su agenda. Reducir el impuesto de renta para las compañías es otra de las propuestas para varios candidatos.

Reforma a la salud

Hernández propone una revisión profunda del sistema de salud basándose en precios unitarios, mientras Petro eliminaría las EPS. La reforma a la salud también está en la agenda de Gutiérrez, pero su enfoque está en un esquema de alianzas entre diferentes actores y en fortalecer la producción de medicamentos local.

Economía

Antioquia, Bogotá y Valle, las zonas con más micronegocios

El Dane publicó la caracterización por departamentos para 2021. En total ocupan a 7,71 millones de personas y el 40,2% de estos establecimientos se dedican a los servicios.

Laura Lucía Becerra Elejalde
Twitter: @LauraB_Elejalde

EL DEPARTAMENTO Administrativo Nacional de Estadística (Dane) entregó un nuevo reporte de su Encuesta de Micronegocios, esta vez por departamentos. Según la entidad estadística, para la capital y 24 departamentos en los que la entidad realizó la operación estadística se totalizaron en 2021 5,75 millones de este tipo de establecimientos.

Vale mencionar que el Dane cataloga como micronegocio a todas las unidades económicas que cuentan con máximo nueve personas ocupadas, y dentro de la cual se desarrolla una actividad productiva de bienes o de servicios, con el objeto de obtener un ingreso, ya sea como propietario del mismo, o como arrendatario de los medios de producción.

De acuerdo con el Dane, los departamentos que tuvieron una mayor participación en la cantidad de micronegocios durante el año pasado fueron Antioquia, con 698.054 de estas unidades productivas, lo que representa 12,1% del total; Bogotá D.C. con 571.329 (9,9%) y el Valle del Cauca con 537.071 (9,3%). A estos le siguen Nariño, donde se ubican 390.102 micronegocios, (6,8% del total); y Cundinamarca con 383.697 (6,7%).

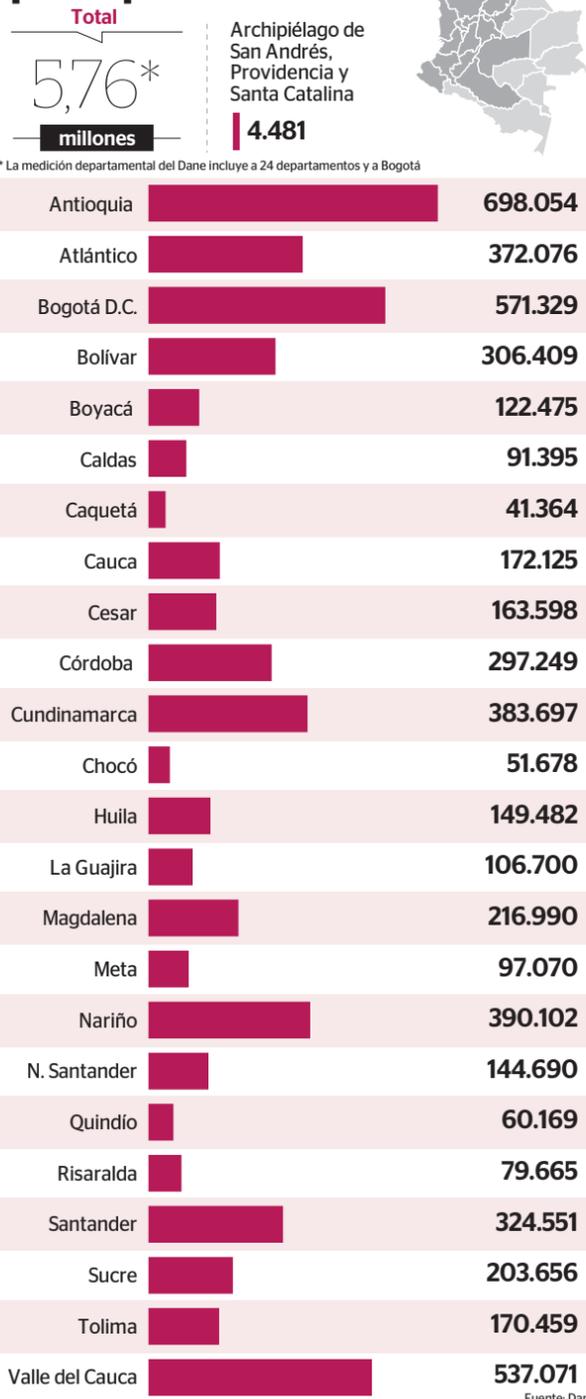
Por su parte, los departamentos con menos participación en la cantidad de micronegocios a nivel nacional fueron: San Andrés, con 4.481 de estos establecimientos, el 0,1%; Caquetá con el 0,7%, equivalente a 41.364 y Chocó, con 51.678 y el 0,9% de participación. El departamento de Quindío alcanza el 1,0% de los micronegocios del país, que son 60.169 y Risaralda el 1,4%, que corresponde a 79.665.

“Según el Dane, en comparación con las cifras de 2020 se evidenció un crecimiento de 1,2% en el total de micronegocios”.

Así mismo, en comparación con las cifras de 2020, en Bogotá y los departamentos se evidenció un incremento de 1,6% en el total de micronegocios. Esto debido a que en el Valle se dio un incremento de 13,3%, en Antioquia aumentaron 8,5% y en Sucre se registró una variación porcentual de 28,7% en la cantidad de micronegocios, siendo estas las regiones con los mayores aportes a la recuperación de este tipo de negocios y con aportes respectivamente de 1,1; 1,0 y 0,8 puntos porcentuales a la variación.

En Bogotá, por el contrario, se presentó una contribución negativa de 1,2 puntos a la variación pues se presentó una reducción de 10,3% en la cantidad de micronegocios en comparación con 2020. Otro aporte negativo importante se dio en el caso de Córdoba, con una reducción de 14,3% en la cifra total de micronegocios, y un aporte negativo

Micronegocios por departamentos



de 0,9 puntos porcentuales, y en Boyacá, con una reducción de 18,2% de los micronegocios del departamento entre 2020 y 2021, lo que aportó -0,5 puntos porcentuales a la variación total.

EMPLEO E INGRESOS

El reporte del Dane detalla como el 90,4% de este tipo de establecimientos son manejados por personas que trabajan por cuenta propia, y apenas el 9,6% de estos son de patronos o empleadores.

Y justamente algunos de los departamentos con tasas altas de informalidad en 2021 también son también los que presentan mayor participación de micronegocios manejados por trabajadores empleados por cuenta propia, como es el caso de Sucre (96,8%); Córdoba (96,8%); Chocó (96,7%); Bolívar (95,5%); y Risaralda (93,9%).

Por el contrario, en Huila (20,8%); San Andrés (19,4%); Boyacá (19,0%); Bogotá D.C. (13,5%); y Cauca (13,2%) se presentó la mayor proporción de unidades económicas de este tipo manejadas por empleadores.

Así mismo, del total de micronegocios, en el 62,9% de estos el propietario es un hombre (3,62 millones de micronegocios), mientras que en 37,1%, es decir en 2,13 millones de micronegocios, la dueña es una mujer según las cifras del Dane.

Además, se registra que el personal ocupado gracias a este tipo de negocios

NEGOCIOS POR SECTOR

De acuerdo con el Dane, durante el 2021 el 40,2% de los micronegocios ubicados en los 24 departamentos y en Bogotá desarrolló alguna actividad de servicios; el 27,8% se dedica al comercio; el 22,2% a actividades agropecuarias y el 9,9% a la industria manufacturera. En el caso de la agricultura y ganadería, se tuvo registro de 1,27 millones de micronegocios; en la industria manufacturera de 569.861; por el lado del comercio se contabilizan 1,59 millones de establecimientos, y en el de servicios son 2,31 millones. Adicionalmente, 66 establecimientos no reportan a que actividad se dedican.

asciende a 7,71 millones de personas. Se tiene que 1,04 millones de personas son trabajadores que reciben un pago de parte de los micronegocios, mientras que se estima también que hay 532.808 personas que aparecen como trabajadores o familiares sin remuneración, pero que igualmente participan del micronegocio. También figuran como socios de los micronegocios 388.207 personas.

En materia de ingresos, los micronegocios reportaron en Bogotá y los 24 departamentos \$141 billones, con un crecimiento de 10,1% durante el año, y un valor agregado de \$55 billones como aporte a la economía, que repuntó en 21,6% en comparación con 2020.

Los departamentos que más contribuyeron a la variación total de los ingresos fueron: Bogotá D.C., con 6,1 puntos porcentuales), seguido por Magdalena, que aportó 1,5 puntos porcentuales) y Cundinamarca, con 1,4 puntos porcentuales. ▽

LAS CIFRAS DE LOS MICRO NEGOCIOS

532

Mil son trabajadores sin remuneración.

7,71

Millones de personas se ocupan en estos negocios.

2,13

Millones tienen propietario mujer.

90,4%

De estos se manejan como empleador por cuenta propia.

Economía

Visa reporta alza en compras con tarjetas

Colombia, junto con Uruguay y Paraguay, fue donde más aumentaron adquisiciones de viajeros extranjeros en marzo.

EN COLOMBIA se identificó un crecimiento de casi 70% en el número de tarjetas internacionales Visa utilizadas por turistas que hicieron transacciones presenciales en el país en marzo, al compararlo con el mismo mes de 2020.

Esa es una de las conclusiones que arrojan los datos de un informe de Visa Consulting & Analytics (VCA) y que señala que el turismo en América Latina y el Caribe se ha recuperado tras analizar las transacciones presenciales realizadas con credenciales de Visa en América Latina y el Caribe durante los meses de marzo de 2020 (previo a la implementación de las medidas sanitarias relacionadas con el covid-19) y marzo de 2022.

El informe identificó un aumento tanto en el uso de credenciales para transacciones presenciales como en transacciones internacionales, es decir, aquellas realizadas con credenciales emitidas fuera del país en que se usaron.

Como referencia, al comparar el número de transacciones entre marzo de 2020 y marzo de 2022, el crecimiento promedio en la cantidad de transacciones internacionales hechas con Visa en la región se duplicó.

Los destinos en Centroamérica y el Caribe tuvieron el mayor

crecimiento en la cantidad de transacciones presenciales internacionales hechas con Visa. El estudio enumeró los destinos en América Latina y el Caribe que registraron el mayor incremento en transacciones con Visa realizadas por viajeros internacionales en marzo de 2022, en comparación con marzo de 2020.

Los destinos en Centroamérica y el Caribe tuvieron el mayor



Además de la seguridad y la conveniencia, los viajeros están sacando provecho de la tecnología”.



Las compras internacionales con tarjetas Visa en marzo fueron el doble frente al mismo mes de 2020. iStock

crecimiento en la cantidad de transacciones presenciales internacionales hechas con Visa: de los 10 principales destinos de más rápido crecimiento, 9 están en esta subregión. República Dominicana, Puerto Rico y Costa Rica ocuparon los primeros puestos en la clasificación, seguidos por El Salvador, Paraguay, Aruba, Honduras, Guatemala, Panamá y Belice.

En el caso de Suramérica, los tres principales países con mayor incremento en la cantidad de transacciones presenciales internacionales fueron Paraguay, Uruguay y Colombia.

Además de la seguridad y la conveniencia, otro dato que se destaca es que los viajeros están sacando provecho de las nuevas tecnologías. Las transacciones internacionales con tecnología sin contacto también tuvieron un incremento de casi el 53% en toda América Latina y el Caribe en marzo de 2022 en comparación con marzo de 2020.



Más del 51% de los caficultores se perciben como pobres (FNC). EFE

Fondo holandés invertirá en el agro

EL DREAM FUND de la lotería de Países Bajos entregará 3,2 millones de euros a Solidaridad Network en Colombia, con lo que la organización espera beneficiar a más de 25.000 pequeños productores de café de los departamentos de Risaralda, Antioquia, Caldas, Huila, Tolima, Cauca y Nariño, en los próximos 4 años.

Los caficultores, recibirán acompañamiento técnico, capacitaciones, insumos y financiación, para que sus cultivos se conviertan en sumideros de CO2.

Para Joel Brounen, country manager de Solidaridad en Colombia: “La mejor tecnología para secuestrar carbono es la misma naturaleza y la mejor manera de hacerlo es a través de la agroforestería. Algo que parece tan simple y natural como sembrar árboles, trae innumerables beneficios a los cultivos, los suelos y en últimas a los productores”.

Asimismo, Carlos Isaza, gerente del Programa de Café de Solidaridad Network aseguró que: “Nos enorgullece poder brindar esta oportunidad a más pequeños productores. Esto es apenas una pequeña compensación, por la gran contribución que nuestros campesinos hacen no solo para proveernos el mejor café del mundo, sino también para combatir el cambio climático”.

La organización, también espera sembrar un millón de árboles, proteger 2,5 millones por 20 años, aumentar del 15 al 20% de la productividad del café y lograr 50.000 hectáreas de área protegidas.

Banca colombiana es fuerte ante la inflación y el panorama político

PESE a una persistente inflación que llega al 9,23% en términos anuales en abril y la incertidumbre que genera el panorama electoral, la banca colombiana es fuerte para soportar esos riesgos, dice un informe de BRC Ratings - S&P Global.

La firma dice que pasadas las elecciones la conversión de los discursos de campaña en políticas “será reformada o al menos li-

mitada en cuanto el nuevo gobierno profundice en las necesidades fiscales y tributarias de Colombia que son diversas y perentorias y que el pragmatismo e institucionalidad se sobrepongan a la retórica electoral”. Por eso dice que será necesario el pragmatismo y coaliciones para que el nuevo gobierno logre consenso e incluya reformas estructurales.

La firma dice que el aumento

de las tasas de interés debiera desestimular el consumo y considera que el riesgo del descuento social se ha profundizado ya que los hogares con ingresos medios y bajos han sido los más afectados con un aumento del precio de los alimentos y de la energía y la dinámica modesta del mercado laboral.

Asegura que la banca colombiana tiene buenos niveles de cubrimiento de cartera vencida superiores al 140% y que puede enfrentar un entorno retador por el deterioro de la capacidad de pago de los deudores. Otro elemento que dice el informe es el fortalecimiento durante los últimos años de sus estándares de capital y liquidez en línea con los requerimientos de Basilea III.



El riesgo del descontento social se ha profundizado ya que los hogares con ingresos medios y bajos han sido los más afectados con un aumento del precio de los alimentos”.

Entorno

Alta inflación pone el freno en varios PIB de América Latina

En el primer trimestre, las economías de la región continuaron en su recuperación, sin embargo, la actividad económica comienza a ralentizarse por el alto costo de vida.

Roberto Casas Lugo

EN LOS PRIMEROS meses del año 2022, las principales economías de América Latina continuaron registrando tasas de crecimiento importantes en la búsqueda de reencontrar la estabilidad luego del paso de la pandemia de la covid-19.

Sin embargo, más allá de diversas variables internas que cada uno de los países posee, las tensiones exógenas, como la guerra en Ucrania o un repunte de la inflación, están llevando a estas economías a una desaceleración.

“La actividad económica en el arranque del año sí nos mostró un poco de freno en la gran mayoría de las economías latinoamericanas”, dijo Munir Jalil, economista en jefe de BTG Pactual para la región Andina.

De acuerdo con Jalil, el motor de la reactivación registrada el año pasado en la región fue el consumo y las razones detrás del mismo que variaban según el país. Para el caso de Chile se trató de la puesta en circulación del retiro del ahorro pensional y para la óptica colombiana se trató de un ahorro de los ingresos.

“En ambos casos, para este 2022, ese dinero de alguna manera se tuvo que ver acabado (...) Y lo empezamos a ver en los países”, apuntó Jalil.

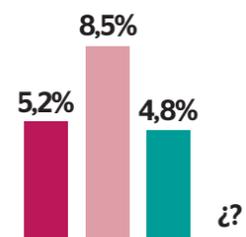
Por otro lado, Sergio Taborda, economista internacional de Investigaciones Económicas del Banco de Bogotá, señaló que esta desaceleración se presenta de forma gradual en el mundo y se debe a múltiples factores.

“Por un lado, las tasas de crecimiento en el 2021 fueron relativamente altas por el efecto base, que se debe a una base de comparación baja por la contracción del PIB en el 2020 (...) Adicionalmente, hay algunos fac-

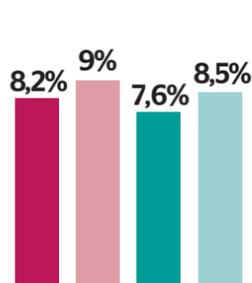
Evolución de las economías latinoamericanas

Primer trimestre 2022 ■ Enero ■ Febrero ■ Marzo ■ I trimestre

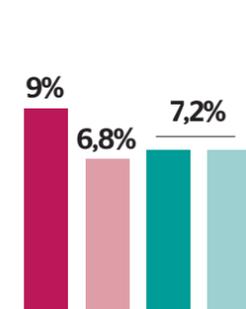
Argentina
Estimador Mensual de Actividad Económica



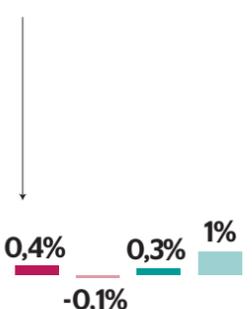
Colombia



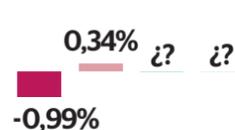
Chile



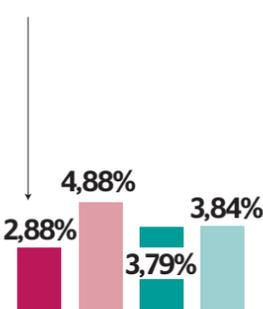
México



Brasil
Índice de Actividad Económica IBC-Br



Perú



Venezuela
Observatorio Venezolano de Finanzas



Fuente: Sondeo Portafolio



“La actividad económica en el arranque del año sí nos mostró un poco de freno en la gran mayoría de las economías”.

tores logísticos como los mayores costos de los fletes y la congestión en algunos puertos principales, los que se pueden asociar con las cuarentenas en China y la invasión entre Rusia y Ucrania”, indicó Taborda.

La primera muestra de esta tendencia se registra en Brasil. La economía más importante de América Latina ha tenido un arranque de año apaciguado, al me-

nos en lo que se conoce hasta el momento.

De acuerdo con el Índice de actividad económica IBC-Br, que anticipa a la publicación del producto interno bruto, marcó un tibio crecimiento de 0,34% en febrero de 2022, lo que se ubica por debajo del 0,5% que esperaban los expertos.

Las ventas minoristas y la producción sacaron la casta en este segundo mes del año, mientras que el sector servicios quedó en deuda con las previsiones.

Asimismo, el Banco Central del país amazónico revisó la caída de la actividad económica en enero, pasándola del 0,99% hasta el 0,73%.

Hasta el momento no se tienen más adelantos sobre las cifras macroeconómicas de Brasil. El dato de marzo iba a ser anunciado el pasado 16 de mayo, pero se canceló debido a una huelga de funcionarios.

Por otro lado, la segunda

mayor economía de la región, México, tampoco escapa de esta realidad regional de ralentización económica.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), la economía de México tuvo un ligero repunte del 1% en el período entre enero y marzo de 2022.

Así, la economía del país azteca se suma dos períodos seguidos registrando una tendencia positiva.

Vale la pena resaltar que, de manera mensual, México registró tímidos avances en su economía (ver gráfico), donde, por destacar, en febrero, se presentó una ligera contracción.

“A primera vista, el desempeño de la economía en el IT parece alentador, pero el PIB se mantiene alrededor de un 2,5% por debajo de su pico anterior a la covid, y creemos que el crecimiento será lento en los próximos trimestres”, dijo



“Por un lado, las tasas de crecimiento en el 2021 fueron relativamente altas por el efecto base frente al 2020”.

Andrés Abadía, economista jefe de Pantheon Macroeconomist para América Latina.

En el caso de la economía chilena, esta repuntó en un 7,2%, apalancada principalmente por el comercio y los servicios personales, de transporte y empresariales, de acuerdo a lo informado por el banco central de ese país.

Este resultado, que estu-

LOS DESAFÍOS DE LA REGIÓN

• Ambos analistas coinciden en que, parte de los retos de la región, será contener la espiral inflacionaria.

• “Algunas economías serían relativamente más vulnerables ante esta coyuntura, como Argentina y Brasil”, dijo Sergio Taborda, del Banco de Bogotá.

• Para Munir Jalil, de BTG Pactual, hay dos factores que hacen que a la región “tenga cómo responder”, como lo son los altos precios de las materias primas y el alza previa de las tasas de interés.

vo por debajo del esperado repunte del 7,9%, con firma una caída considerable desde el 12% que creció el PIB en el último trimestre del año pasado.

En cuanto a la economía peruana, la cual creció 3,84% entre el período comprendido desde enero hasta marzo, debido al buen desempeño de la producción en la gran mayoría de subsectores, destacó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

“Países como Chile, Costa Rica y Colombia se desaceleraron en el primer trimestre, pasando de tasas de crecimiento de 12,0%, 9,2% y 10,8% en el 4T21 a tasas de 7,2%, 6,0% y 8,5% en el 1T22”, señaló Taborda.

Si bien el gigante del cono sur, Argentina, aún no ha revelado su cifra del primer trimestre (se conocerá en junio, como Brasil), el Estimador Mensual de Actividad Económica (EMEA) ha tenido repuntes en los mayores al 5% entre enero y marzo, lo cual todo parece indicar que el país tendrá un buen comportamiento en el período. Algo que ya dan por hecho en el gobierno.

Para Venezuela, un caso donde el banco central no revela las cifras oficiales del país, el Observatorio Venezolano de Finanzas (OVF), señaló que el PIB del país creció 7,8% en los primeros tres meses, impulsados por el repunte de la actividad petrolera, con muy bajos efectos base del 2021. ☐

360 grados



De acuerdo con información publicada por el diario estadounidense The Wall Street Journal, la plataforma Netflix habría gastado cerca de US\$30 millones en cada uno de los episodios. Archivo

Grandes producciones:

SIGUE LA BATALLA DEL 'STREAMING'

Netflix apuesta por 'Stranger Things' y Disney por 'Obi-Wan Kenobi'.

Johana Lorduy

EN MEDIO de la carrera por seguir ganando participación en el mercado del *streaming*, una de las infalibles estrategias de las compañías ha sido lanzar grandes producciones, todo con el fin de mantener a sus suscriptores "pegados" a las pantallas.

Y es que luego de la mala racha de Netflix, en la que se cuenta la pérdida de más de 200.000 usuarios alrededor del mundo y del despido de 150 empleados, el gigante de Los Gatos, California, se ha propuesto recuperar a su público.

Entre sus lanzamientos más esperados se destaca la cuarta temporada de 'Stranger Things', una serie que ha sido todo un fenómeno mundial y que para esta nueva entrega ha contado con una inversión mucho más elevada que temporadas anteriores.

De acuerdo con informa-

ción publicada por el diario The Wall Street Journal, Netflix habría gastado cerca de US\$30 millones en cada uno de los episodios de esta nueva entrega protagonizada por Millie Bobby Brown, lo que demuestra la apuesta de la plataforma por fortalecer sus contenidos y los posibles aumentos en los salarios de los actores.

Según cifras del portal CelebrityNetWorth, la actriz Brown, con 18 años de edad, ya acumula un patrimonio de US\$10 millones.

Otro de los lanzamientos que trae Netflix para sus usuarios es la sexta y última temporada de 'Peaky Blinders', protagonizada por el actor Cillian Murphy, quien cuenta a la fecha con un patrimonio neto de US\$20 millones, según CelebrityNetWorth.

Esta historia, que se convirtió en un fenómeno mundial, al parecer tendrá una película, que continuará con los acontecimientos

posteriores de la serie. Se espera que el rodaje inicie en otro año.

La tercera temporada de la serie de superhéroes 'The Umbrella Academy' es otro de los lanzamientos que vienen por parte de Netflix y que busca seguir cautivando a los más jóvenes. En total serán 10 episodios, en la que participarán los actores: Aidan Gallagher, Elliot Page, Tom Hopper, David Castañeda y Robert Sheeran.

EL REGRESO DE UNA LEYENDA

La plataforma Disney plus, que cuenta con un poco más de 137 millones de suscriptores, tampoco



Entre sus lanzamientos más esperados se destaca la cuarta temporada de 'Stranger Things', todo un fenómeno mundial".

se queda atrás en cuanto a estreno, y presenta la nueva miniserie de 'Star Wars': Obi-Wan Kenobi, protagonizada por el actor británico Ewan McGregor, y que contará con seis capítulos.

De acuerdo con estimaciones de la compañía Disney, cada capítulo costó unos US\$25 millones. Cabe destacar que después del universo 'Marvel', 'Star Wars' es una de las franquicias que más dinero ha recaudado a lo largo de su historia, acumulando unos US\$10.300 millones.

El actor McGregor manifestó en una entrevista con la agencia EFE que "los seguidores de 'Star Wars' son los más apasionados de to-

das las sagas y yo soy parte de eso".

Información del portal CelebrityNetWorth destaca que el patrimonio del actor McGregor asciende a los US\$25 millones.

En cuanto a la parrilla infantil, Disney plus presentará: 'Ms Marvel', una nueva superheroína que llega con su propia serie; 'Glee' que llega a la plataforma con sus seis temporadas.

Así mismo la plataforma estrenará la serie 'Baymax', protagonizada por el personaje de la película animada 'Big Hero 6'.

Por el lado la plataforma HBO Max también ha señalado que tiene grandes estrenos para sus usuarios en junio, en el que se destaca la cuarta temporada de la serie ganadora del Emmy 'Westworld', y la serie documental 'Menudo: Forever Young', que relata la historia no contada detrás del ascenso y la caída del grupo musical Menudo. 📺

200

MIL SUSCRIPTORES perdió la plataforma Netflix alrededor del mundo en el primer trimestre del 2022. Lo anterior lo destacó la empresa luego de reportar sus resultados, esto también motivó a que se presentara un desplome en sus acciones.

360 grados

Turismo inmersivo

LA NUEVA APUESTA DE EL CARMEN DE VIBORAL

Leydi Perdomo - Escuela ET

ENSUCIARSE las manos de barro moldeando su propio bizcocho (la pieza en arcilla lista para decorar), colorearse los dedos con pigmentos de colores mientras le da vida a la loza, y sacar ese espíritu escondido de artista para plasmar el diseño más original en la pieza de cerámica que usted mismo acaba de elaborar, es la nueva apuesta turística de El Carmen de Viboral.

El municipio al oriente de Antioquia al que bien apodan ‘la cuna de la cerámica artesanal’, puesto que lleva en su historia más de 120 años de tradición con la loza, lo que la llevó a recibir oficialmente el Sello de Denominación de Origen en 2013, y que, ahora, se suma a la ruta de ‘Antioquia Experimental’, que incluye 4 municipios del oriente antioqueño (Marinilla, El Retiro, La Ceja y El Carmen de Viboral) que le apuestan a ofrecer un turismo distinto a los destinos usuales: un turismo de inmersión.

Los artesanos moldean en sus manos economía, barro y tradición, puesto que la venta de loza es una importante fuente de ingresos para el municipio, por el que han pasado alrededor de 30 casas de cerámica, sin contar los carmelitanos que desde sus hogares también ejercen la labor.

Lo curioso es como ellos mismos dicen “si la cerámica es un producto con Sello de Denominación de Origen del país, ¿cómo es posible que los colombianos no conozcan su proceso?”

Es por eso que la tradición le abre las puertas al turismo, literalmente, porque tras más de medio siglo de funcionamiento, las fábricas del Carmen le apuestan a recibir visitantes nacionales e internacionales, con el objetivo de sumarse al auge del turismo experimental, que busca que el turista se conecte con la cultura de la región a través de actividades de inmersión, en este caso, con la tradición de la cerámica que repre-



Antioquia Experimental, la ruta por 4 municipios de Antioquia oriente; uno de ellos: Carmen de Viboral, donde han elaborado cerámicas por más de 120 años.

senta la esencia carmelitana, para que los visitantes vivan experiencias propias y no sean solo observadores.

Una de las empresas que se suma al turismo de inmersión es ‘Cerámicas El Dorado’, la fábrica familiar en la que se han dedicado por más de 50 años a la elaboración de vajillas a mano. Con 1500 moldes y 1000 matrices elaboran la loza que distribuyen en un 80% para venta nacional, y un 20% para exportación.

‘El Dorado’ encendió su horno en 1966, sobrevivió a la crisis del 90 cuando grandes industrias nacionales y chinas empezaron a llegar a la región, y luego de tres generaciones en la familia abrió sus puertas el 23 de diciembre de 2021 para que en medio de un recorrido de aproximadamente una hora a través de ‘El Museo de la Cerámica Viva’, los visitantes puedan moldear una pieza en un torno alfarero, pulirla, recorrer los estantes de secado con piezas únicas, y conocer desde cero cómo se pulverizan los materiales, hasta pasar



80% de la producción de cerámica es para venta nacional.

“Si la cerámica tiene Sello de Denominación de Origen, ¿cómo es posible que los colombianos no conozcan su proceso?”

por el proceso de mezcla, colado y pigmentación final.

Con agilidad y creatividad los artesanos pueden moldear hasta 600 piezas en un día, todo de forma manual, como es el caso de Silvio Salazar, quien lleva desde los 15 años en la labor.

Ahora, con 49 años y medio de experiencia en la cerámica crea productos para venta nacional en la fábrica El Dorado.

Él es uno de los artesa-

nos que moldea la cerámica para crear futuro, que no solo conserva la tradición y arte carmelitano, sino que permite la generación de ingresos para la misma región.

El artesano, explica que “el reto más grande de trabajar con la cerámica es la innovación”, y cuenta que disfruta de la visita de turistas, porque es una oportunidad para vivir su segunda pasión: enseñar.

“Me ha gustado mucho enseñar, y luchar porque la juventud se uniera a esta labor de la cerámica. Ya uno llega a una edad que no le da para seguir laborando. Pero si enseñó, hay muchos que querrán proseguir lo mío”.

Abrir las fábricas de cerámica a visitantes permite generar nuevas oportunidades de empleo en la oferta turística, por lo que más allá de dar a conocer la cultura de los municipios de Colombia, es una forma de seguir empleando a la gente de la región, sumado a que Antioquia tiene un subsuelo rico en barro gris, que es con el que elaboran la cerámica. ☺

‘CHORIZOS DE PUNTA’

Para empezar a usar el plato de cerámica que acabó de elaborar, nada mejor que servir un buen chorizo de punta de 50 años de tradición. Pero degústelo muy bien, porque entre cerámicas y chorizos ya tiene 100 años de legado en sus manos.

La gastronomía es otro de los ejes económicos de El Carmen de Viboral, y son los ‘Chorizos de Punta’ en la ‘Cafetería Especial’, el punto gastronómico de visita fija en el municipio. Blanca Lopez, alias ‘Punta’, junto a su esposo, dirigen el negocio que estableció su padre en plaza del Carmen cuando ella aún estaba en el colegio y revela que el secreto para mantener un negocio por más de 50 años es simple: tener ganas y actitud, “trabajando, dedicándose”.

360 grados / Libros

LIBROS

cesgir@portafolio.co

Los últimos días de Gatopardo

Autor:
Miguel Silva
Sello:
Independiente



Hace casi 25 años, Miguel Silva tuvo la idea de lanzar una revista nueva latinoamericana dedicada a la crónica y los reportajes de largo aliento. Sería una mezcla entre *The New Yorker* y *Vanity Fair*. El resultado fue *Gatopardo*, una revista deslumbrante que circuló por el hemisferio desde Bogotá durante seis años, rompiendo los moldes para los medios en la región. En el libro, el autor rinde un tributo a esa aventura, relatado en todas sus dimensiones, desde las decisiones editoriales hasta sus peripecias empresariales. Este libro es de lectura obligatoria para cualquiera que alguna vez haya leído y le haya gustado *Gatopardo*, o que quiera leer una buena historia.

El poder de los introvertidos

Autora:
Susan Cain
Sello:
Urano



Una obra que revoluciona la concepción sobre la personalidad. Los introvertidos son personas que prefieren escuchar antes que hablar, trabajan mejor solos que en equipo y suelen ser discretos con sus méritos y sus logros. En un mundo que potencia el ideal extrovertido, llegó la hora de reivindicar las virtudes de la introversión, fundamentales para que la sociedad progrese. El libro destierra unos cuantos prejuicios y establece un elogio justificado y documentado de las personas introvertidas, que son más creativas, decididas y disfrutan de un mundo interior más rico y reposado.

La semana laboral de 4 horas

Autor:
Tim Ferris
Sello:
RBA Libros



En contraposición al planteamiento clásico, el autor nos propone nuevas formas de hacer las cosas para conseguir trabajar muchas menos horas, aprovechando mejor el tiempo, y tomarnos tiempo libre periódicamente en forma de 'mini jubilaciones'. Solo el título del libro puede echar para atrás a más de uno y, de hecho, lo que plantea en sus páginas solo podrá ser aprovechado por unos pocos, pero su lectura trae muchas sorpresas y puede hacer replantear muchas cosas que se daban por supuestas. Se basa en la experiencia del autor, desarrollando un método que llamaría DEAL (definición, eliminación, automatización y liberación).

EMPRESAS



Las organizaciones privadas también han tomado diferentes roles en medio de medio siglo de conflicto en el país. Archivo

Empresas en el conflicto armado

‘Empresas en el conflicto armado: aportes a la construcción de la paz en Colombia’, es una obra colectiva resultado del esfuerzo de investigadores y profesores de diversas instituciones académicas que busca recontar y hacer visible el papel de las empresas en el marco de un conflicto armado de más de 50 años. Pese a centrarse en el conflicto colombiano, algunas reflexiones de los autores permiten analizar experiencias de otros países en estos escenarios, como el caso sudafricano, lo cual enriquece la investigación sobre el casi invisible y poco discutido papel de la empresa en los conflictos armados.

En este último aspecto, destaca la importancia de la empresa como ‘gestor o constructor de paz’ y analiza desde emprendimientos de economía solidaria por excombatientes hasta

empresas transnacionales que utilizan el mecanismo de obras por impuestos. Otro aspecto que destacar son los aportes acerca de la responsabilidad o criminalización del sector empresarial como terceros después de la firma del Acuerdo de Paz en el 2016 entre el Gobierno Nacional y la guerrilla Farc. Sin duda, todo un reto para la justicia ordinaria y para la Justicia Especial para la Paz que, por el momento, no resuelven uno de los dilemas de la implementación de los Acuerdos, o también conocido como el posconflicto: quién logrará que las empresas reparen a las víctimas, cuenten la verdad y, sobre todo, no repitan sus comportamientos del pasado. Aquí, el libro pretende resaltar que el conflicto interno y el posconflicto no solo se presentan con actores



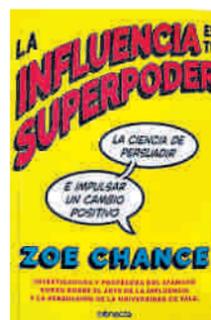
Empresas en el conflicto armado

Autor:
Colectivo
Sello:
U. Externado de Colombia

armados (estatales o no estatales), pues convergen distintos actores sociales que, voluntaria o involuntariamente, cambian sus camisetas de víctimas a victimarios, de cómplices a determinadores. El reto de la investigación se encuentra en entender los diferentes roles de la empresa, desde proyectos productivos de excombatientes hasta los inversionistas extranjeros, en los escenarios de violencia armada, los cuales han generado, en ocasiones, efectos positivos, y desafortunadamente, en la mayoría de los casos, efectos negativos en las víctimas o comunidades de la guerra interna. En otras palabras, el desafío de entender cuándo las empresas participan como víctimas y sufren las consecuencias de la guerra en sus actividades u operacionales económicas, o cuándo se convierten en victimarios o son cómplices.

La influencia es tu superpoder

Autora:
Zoe Chance
Sello:
Conecta



Nació siendo influyente, pero con los años aprendió a reprimir ese talento, a ser obediente, a esperar su turno, a no hacer ruido. Zoe Chance, profesora de la Universidad de Yale, muestra cómo redescubrir ese superpoder y cómo convertirse en alguien a quien todos quieren decirle que sí. La influencia no funciona como cree, porque las personas no piensan como uno

creo. Lo primero es alejarse de las opiniones erróneas del pasado -como la idea de que una negociación es una batalla y para vencer hay que someter al adversario- y entienda por qué sus estrategias actuales, de hecho, le pueden estar haciendo menos influyente. A lo largo del libro se descubre cómo se toman realmente las decisiones y qué influye en el comportamiento.

NUTRE Y SANA TU METABOLISMO



Oscar Rosero miembro de la Asociación Colombiana de Endocrinología, experto en estilos de vida y fitness, nos comparte una revisión de conceptos en torno a la evolución entre el alimento, la salud y una guía para corregir el metabolismo.

Sustentado sobre bases médicas y científicas, conoceremos términos, procesos fisiológicos, creencias y más alternativas de solución.



 @intermediocol

@endocrinorosero

CÓMPRALO YA

En librerías, almacenes de cadena, en las líneas  313 488 12 77
y 313 422 16 59 o en tiempo.com/libros



intermedio
leer embellece

ENVÍO GRATIS.

Portafolio

EL DIARIO LÍDER EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

[**Entrevista**]

Salud

Diana K. Rodríguez T.

Ante la presencia de enfermedades crónicas como la diabetes y la obesidad en el país, multinacionales como Novo Nordisk se han puesto a la tarea de implementar estrategias y estudios innovadores en medicamentos para tratar este tipo de afectaciones que golpea a un porcentaje importante de la población.

En diálogo con Patricia Field, gerente de la farmacéutica para Colombia, la ejecutiva destacó el trabajo que vienen realizando y de los planes que tienen.

¿Cómo se consolida la farmacéutica?

Nacimos en Dinamarca en 1923, somos expertos en productos para la diabetes, enfermedad que ha hecho que nuestra base se haya formado para el cambio de vida de los pacientes en casi 100 años.

¿Cuánto llevan en Colombia?

En Colombia llevamos 11 años. Somos una farmacéutica joven, pero a pesar de eso, en este momento tenemos más de 200 empleados. En términos de pacientes tenemos miles a los que llegamos con nuestros productos.

¿Cómo llegan al país?

Colombia es un país muy interesante, porque tiene una ley que tiene cubrimiento para todos los ciudadanos. Por esta razón, Novo toma la decisión de traer la empresa directamente a Colombia, finalmente fue una decisión acertada, estamos hablando que en menos de 10 años ya alcanzamos a ponderarnos entre los 10 mejores.

¿Con cuáles enfermedades trabajan actualmente?

Trabajamos con diabetes y obesidad que son unas de las enfermedades más prevalentes. Sin embargo, también estamos implementado estudios en enfermedades "raras". Tenemos portafolio en hemofilia, y enfermedades del desarrollo del crecimiento.

¿Tienen pensado trabajar con otro tipo de enfermedades?

Queremos innovar en nuevos tratamientos para enfermedades que no existen, o que se comportan de manera diferente, o hacer una diferencia en los tratamientos ya existentes. Nosotros hoy estamos investigando enfermedades cardiovasculares, neurológicas, entre otras.

¿Qué objetivos tienen?

En nuestro portafolio, el objetivo es entrar a estudiar otras enfermedades. Por ejemplo, las neurológicas no tienen tratamiento, entonces estamos investigando en esas enfermedades que no tienen tratamiento.

¿En cuántos países tienen presencia?

Tenemos presencia en 80 países directamente y como objetivo tenemos seguir aumentando nuestra expansión, siem-

'Se necesita un sistema de salud más predecible'

Patricia Field, gerente para el país de Novo Nordisk, asegura que el 56% de colombianos viven con sobrepeso y el 7% sufre de diabetes.



En Colombia 56% de las personas viven con sobrepeso y 3,5 millones padecen de diabetes. Cortesía

Tenemos un producto para la obesidad, que ayuda a una persona a bajar hasta el 15% del peso que tiene.

pre y cuando los gobiernos y mercados lo permitan.

¿Tienen plantas de producción en Colombia?

No tenemos plantas en Colombia, tenemos en Suiza, en Estados Unidos, en Brasil, que de hecho es la planta donde producimos insulina para Latinoamérica.

¿En qué invierten en Colombia?

En Colombia particularmente tenemos una inversión de \$2.600 millones en estudios clínicos anualmente, tanto de portafolio existente, como del que vamos a traer al país.

¿A qué retos se enfrentan?

Predictividad en el sistema de salud. En Colombia salen cinco o seis regulaciones por semana en el sistema, es una de las cosas con las que nosotros tenemos que vivir y trabajamos través de las agremiaciones o conversaciones con el gobierno. Es como hacemos para que nuestro sistema de salud sea más predecible, para estar seguros que cuando entramos las medidas estén claras. Porque es muy difícil cuando tenemos una inversión extranjera, explicarle estas regulaciones.

¿Qué tipos de productos manejan?

Tenemos un producto para la obesidad, que ayuda a una persona a bajar hasta el 15% del peso que tiene. Que quiere decir eso, cuando tu hablas de perder peso puedes evitar el desarrollo de otras enfermedades crónicas como diabetes, problemas en las articulaciones o problemas cardiovasculares.

También manejamos productos para la diabetes, como los GLP-1, no es una insulina pero es un producto que controla los niveles glucémicos y adicionalmente tiene un beneficio cardiovascular.

¿Cómo se maneja la venta y distribución de este tipo de medicamentos?

Todos nuestros medicamentos son de prescripción. Se debe seguir un conducto de ir al médico, depende del funcionamiento de la EPS, e iniciar un proceso de diagnóstico en el caso de la obesidad.

¿Cómo estamos en materia de obesidad y diabetes en Colombia?

El 56% de los colombianos viven con sobrepeso, eso quiere decir que 1 de cada 2 colombianos la padecen y según la Asociación Colombiana de Diabetes (ACD), en el país el 7% de las personas tiene la enfermedad, es decir unos 3,5 millones de personas, de las cuales solo la mitad conoce su diagnóstico.

¿Qué planes tienen a futuro?

Esperamos seguir sirviendo a los pacientes de Colombia. Seguimos trabajando e innovando en nuestro negocio base, como el tratamiento de insulina, pero esperamos entrar en otro tipo de enfermedades en el futuro muy cercano y traer estos productos para cambiar radicalmente el curso de las enfermedades. ☺