

Portafolio

EL DIARIO LÍDER EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

www.portafolio.co

Dinámica, pero con poco peso: el balance de la

ECONOMÍA NARANJA



Pese al golpe que supuso la pandemia, el sector logró repuntar. El Gobierno Nacional ha movilizado en el cuatrienio unos \$24 billones, pero su participación en el PIB es menor al 3%. Pág. 5

ECONOMÍA

66% de mayores de 55 años, en riesgo de no pensionarse

Asofondos ve mejoras en el mercado laboral y alerta de los temas a solucionar.

Pág. 6

360 GRADOS

¿Cuáles son los pasaportes más poderosos del mundo?

Pág. 9

NEGOCIOS

'Hoy más niñas participan en las academias de fútbol'



Juan Manuel Bedoya

El director de Juventus Academy en Colombia habló del nuevo centro que han inaugurado.

Pág. 3

ECONOMÍA

Exportación de licor nacional subió 34% entre enero y mayo

Pág. 7

ENTORNO

Venezuela busca consolidar su impulso con un nuevo modelo

Se implementarán zonas económicas especiales, un sistema que funcionó bien en varios países asiáticos.

Pág. 8

Lo que pasó



El mindefensa del Gobierno Petro será el exmagistrado auxiliar de la Corte Suprema y ex comisionado de la ONU, Iván Velásquez Gómez.

Iván Velásquez Gómez, designado ministro de Defensa.



En 2022 es 10% más la demanda de los espacios dentro de las urbes. Century 21 cuenta detalles de su nuevo producto y sus metas.

Alberto Rodríguez, presidente de Century 21.



Semantix señala que su plataforma ayuda al aprovechamiento de la información. Afirma que aún hay empresas que no creen en los datos.

Andre Frederico, gerente de Semantix para A. Latina.



Smurfit Kappa avanza en el país con nuevas inversiones para fortalecerse. La compañía alista una planta en Guarne, Antioquia.

Tony Smurfit, CEO global de Smurfit Kappa.



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

RETROSPECTIVA

Seguir creando empleo

“**CONTRARIO** a la mayoría de países, nuestra economía demostró su resiliencia creciendo un 10,6 por ciento en 2021 y proyectándose en un 6,5 por ciento en 2022. Esto, sumado a la recuperación del 100 por ciento de los empleos que se perdieron en la pandemia, son la mejor demostración de que Colombia se reactiva con equidad”.

Con estas palabras, en su discurso de instalación del nuevo Congreso, el presidente Iván Duque hizo un balance del crecimiento y del comportamiento del mercado laboral en el tramo final de su mandato. Según las cifras del Dane de mayo, la tasa de desempleo registró un 10,6 por ciento, 4,6

puntos porcentuales menos que el mismo mes del 2021. Si bien las actividades productivas regresaron hace ya un año a los niveles previos a la irrupción de la pandemia, los puestos de trabajo, que se comportan con rezago, apenas acaban de cruzar ese umbral. Esta dinámica entre crecimiento y empleo tanto ratifica la senda positiva de la reactivación, que destaca el primer mandatario, como resalta los enormes retos que enfrenta Colombia ad portas del inicio de un nuevo Gobierno.

En el mercado laboral, el retorno a los niveles pre-pandemia muestra la recuperación de unos 2,2 millones de puestos en comparación con el año pasado, así como el regreso a un desem-

pleo de dos dígitos que en 2020 era preocupante. A lo anterior se añade el desafío de la alta informalidad laboral de la economía y el deterioro en la calidad del empleo que dejó el severo choque del covid-19.

La reactivación también se ha traducido en miles de mujeres y jóvenes regresando al mundo laboral. No obstante, estas son poblaciones a las que se les debe mantener una atención positiva por su vulnerabilidad en la consecución de trabajo. Queda pendiente la urgente reforma laboral tanto para estimular a la economía a generar los puestos de trabajo suficientes y estables como para combatir la informalidad y mejorar la seguridad social.

DESTACADOS

Abre el centro de lucha contra el cáncer CTIC

El Centro de Tratamiento e Investigación sobre Cáncer (Ctic), el más moderno para el abordaje integral de esa enfermedad en Latinoamérica, fue inaugurado en Bogotá. La obra es una iniciativa del empresario Luis Carlos Sarmiento Angulo.

El país recuperó 100% del empleo: Duque

En su último discurso de instalación del Congreso como presidente de los colombianos, Iván Duque destacó la resiliencia y la equidad en la reactivación de la economía, que se recupera tras la pandemia de la covid-19.

Un buen ingreso de IED en Colombia

En el primer semestre del 2022, la Inversión Extranjera Directa (IED) en el país llegó hasta US\$5.889 millones, creció 77,6% frente al mismo lapso del 2021, según la Balanza Cambiaria del Banco de la República.

Actividad económica creció 16,5% en mayo

La actividad económica en mayo mostró un repunte importante con relación al mismo mes de 2021, con una variación de 16,5% en el Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE), especialmente impulsada por servicios.

90,5% de adultos tiene un producto financiero

En 2021 se vincularon a las entidades financieras 1,5 millones de consumidores nuevos, y la cifra total cerró en 33,5 millones de adultos con al menos un producto, es decir, el 90,5% del total, de acuerdo con el Reporte de Inclusión Financiera 2021.



ASÍ LO DIJO ...



“Se requiere dinero y mucho, pero con impuestos justos, yo no le veo problema a que el país y el nuevo gobierno maneje bien la parte tributaria (al referirse a la reforma tributaria)”.

Arturo Calle, EMPRESARIO.

59,2

MILLONES DE HECTÁREAS de bosques tiene Colombia, y el 66% de estos está en la Amazonía. La semana pasada, el Ministerio de Ambiente publicó el informe en el que se detallaban las cifras de deforestación de 2021, cuando se presentó un aumento del 1,5% de este fenómeno respecto a 2020.

Negocios

‘Hoy más niñas participan en las academias de fútbol’

Juan Manuel Bedoya, director general del Club Deportivo Juventus Academy en el país, habló sobre el nuevo centro de experiencia que han inaugurado en su sede.

Johana Lorduy

TRAS UNA remodelación en sus instalaciones, que contó con una inversión superior a los US\$20.000, el Club Deportivo Juventus Academy busca acercar aún más al talento colombiano con la marca. Juan Manuel Bedoya, director general y presidente del Club Deportivo Juventus Academy en el país, club que está bajo la licencia del proyecto internacional Juventus Academy, habló sobre la reactivación de la academia deportiva y de sus planes de fortalecer el fútbol femenino.

¿Cómo se ha venido reactivando la academia?

Nosotros como gremio no nos vimos tan afectados como otros sectores económicos, ya que se lideraron acciones y se adoptaron protocolos en medio de la pandemia que fueron aplicados en la última semana de octubre de 2020.

Si bien durante el primer semestre de 2021 se vio un regreso por parte de niños, niñas y jóvenes a nuestra academia, el 45% de los antiguos inscritos no regresaron. No obstante, a finales del año pasado y en el primer trimestre de 2022 hemos logrado una recuperación del 100%, un hecho muy importante para nosotros.

¿Desde hace cuánto opera la academia en el país?

El proyecto Juventus Academy a nivel internacional es una línea de negocio que viene impulsando el equipo italiano la Juventus, desde su área de marketing y licen-



Una de las áreas del centro de experiencia está destinada para que visitantes disfruten de los partidos. Cortesía.

cias internacionales. Al día de hoy ha tenido la oportunidad de tener un impacto positivo en más de 32 países. En Bogotá la academia está desde 2016 y ya llevamos 6 años operando, lo que nos ha permitido formar más de 1.000 jugadores, hoy contamos con 250 jugadores activos.

¿De ese total, cuánto corresponde a niños y cuántos a niñas?

Desde el 2019 venimos haciendo una campaña muy importante para la promoción y el fomento del fútbol femenino en el país, si bien la pandemia afectó un poco nuestros planes, ya que veníamos impulsando 60 becas, hemos retomado ese trabajo. Y vamos muy bien. Hoy en día nuestra academia está compuesta por un 85% niños y un 15% niñas, además de las 17 categorías que tenemos, dos son de fútbol femenino.

¿Cómo han venido impulsando categorías de fútbol femenino?

Somos hinchas y promotores



Juan Manuel Bedoya. Cortesía.

del fútbol femenino y hechos como la misma Copa América Femenina han activado ese interés entre las niñas y adolescentes a disfrutar del fútbol. Hoy vemos mayor afinidad y motivación por parte de las niñas a participar en las academias de fútbol. Esto, sin duda, se ha empezado a evidenciar desde edades muy tempranas, incluso hemos hoy tenemos niñas de entre cuatro y cinco años hasta los 20 años participando en nuestras categorías.

¿Desde qué edad los niños y niñas pueden participar?

Desde tres años. Tenemos una etapa de inducción que va desde los tres hasta los cinco años y que llega hasta los 20 años, en un proyecto de alto rendimiento, que nos permite buscar alternativas para que el talento pueda acceder a becas universitarias, tanto a nivel local como internacional.

¿Cómo es el proyecto de las becas?

Actualmente tenemos un con-

LAS NUEVAS INSTALACIONES

La sede del Club Deportivo de la Juventus Academy en Bogotá cuenta con nueve canchas de fútbol 11, una cancha de espacio reducido y nuevas instalaciones, que incluyen áreas administrativa y para el disfrute de experiencias con la marca. Asimismo, se espera que esta sede se convierta en la “casa” de la primera versión de la Juventus Academy America’s Cup 2022. Este torneo espera recibir en Colombia equipos provenientes de Canadá, Estados Unidos, Guatemala, Brasil, Argentina y Chile, países donde se desarrolla el proyecto internacional de la Juventus, además de la invitación especial de la Juventus Scuola Calcio desde Italia.

venio que se está empezado a promocionar con la Universidad Sergio Arboleda. A nivel internacional estamos trabajando con una firma que se llama Sport Legends, que tiene su sede en Cali, y lo que hace esta firma es hacerle un seguimiento a aquellos jugadores que estén interesados en ser promovidos en los Estados Unidos. Es muy importante contar con el apoyo de los padres en este proceso. Cabe destacar que esta empresa ha promovido 80 talentos que están actualmente en Estados Unidos.

¿De qué se trata su nuevo centro de experiencia?

Parte de nuestra responsabilidad, por ser una licencia internacional, es que tanto los niños, niñas, jóvenes, padres de familia y futuros clientes tengan la oportunidad de sentirse cerca a nuestra marca. En la casa matriz del equipo en Italia contamos con un centro integral, tanto administrativo, como deportivo y de experiencia, en donde está el estadio, el museo, la tienda de productos, el área médica, zonas administrativa y el complejo deportivo. Lo que nosotros hemos hecho es trasladar esa experiencia a nuestra sede en Bogotá.

¿Qué se pueden encontrar al visitar el centro?

Contamos con una sala corporativa que integra un área multimedia en donde los visitantes pueden disfrutar de partidos, tenemos una muestra museo en donde se han expuesto los trofeos de los mejores torneos de la Juventus. Además, contamos con un área que exhibe las camisetas autografiadas por los jugadores más representativos. ☺



Hechos como la misma Copa América Femenina han activado ese interés entre las niñas y adolescentes a disfrutar del fútbol”.

Negocios

En el mundo de la moda caben las tallas grandes

Gorda, el salón especializado en plus size, será del 29 al 31 de julio en el Hotel Hyatt Place de Bogotá.

Constanza Gómez Guasca

LA IMPORTANCIA de la diversidad abarca todos los aspectos de la vida, entre ellos los cuerpos. Y en ese camino los expertos en el mundo de la ropa ven las tallas grandes como un camino para romper paradigmas y atraer clientas que por años no han estado sa-

tisfechas con sus roperos. De hecho, grandes marcas como Falabella, han detectado esa necesidad y han entrado en la onda de ofrecer productos *plus size*.

También hay emprendedores, diseñadores y empresarios del sector que hacen lo propio. Se espera que 18 marcas presenten sus novedades en Gorda,

una feria que realizará su quinta edición del 29 al 31 de julio en el Hotel Hyatt Place de Bogotá.

Laura Agudelo, creadora y organizadora del certamen, se ha inspirado en su experiencia personal y en su conocimiento sobre el mundo de la moda para promover entre las mujeres una visión más divertida e innovadora a la hora de buscar prendas que se adapten a sus cuerpos.

“Si bien hace 15 años eran muy pocas las opciones en el mercado, cada vez hay más marcas haciendo ropa que las mujeres, que son más que una talla XL o 16, están buscando. El segmento de las tallas grandes sí ha crecido en Colombia, y creo que en gran parte se debe al movimiento que se generó en las redes sociales y que cada día se nota más en la calle”, asegura.

Este espacio no solo es



Laura Agudelo, creadora y organizadora de la feria Gorda que se realizará en Bogotá. Cortesía

un evento comercial, también es la excusa para que las mujeres puedan participar en charlas sobre tendencias y autoestima. Allí se encontrarán botas de caña alta, vestidos de fiesta, ropa interior, vestidos de baño, jeans con rotos y diferentes prelavados, chaquetas en *denim*, *jeans* levantacola, *bralettes* y salidas de baño.

Como una novedad, la reconocida diseñadora barranquillera Judy Hazbún y la presentadora e influenciadora Marcela McCausland (Macla), se unieron



La diseñadora Judy Hazbún y la presentadora Marcela McCausland se unieron para presentar una la colección ‘El paraíso de Macla’.

para crear y presentar en Gorda la colección ‘El paraíso de Macla’. Es un trabajo que combina la experiencia de la diseñadora, la necesidad en el mercado y el acompañamiento del colectivo Grandiosas, de 15 mujeres de talla grande, que trabaja sobre la diversidad de los cuerpos.

Proponen un *closet* inteligente con todo lo que han soñado vestir: un universo deportivo, con *leggings* que no se transparentan, ni se enrollan hacia abajo cuando hacen ejercicio, *tops* que sostienen muy bien el busto, *joggers* y camisetas divertidas. También habrá soluciones para eventos especiales tipo cóctel, ropa para ir al trabajo y versatilidad en cada prenda para poder llevarla en el día a día.

“Es una cápsula sin miedo al color, ni a los estampados, de hecho en este *closet* hay de todo menos miedo y menos por una talla. Le apostamos a la valentía de amar, amar sin límites”, indicaron las creadoras de la colección en colaboración.

En esta edición habrá prendas masculinas. La marca barranquillera, que por segunda vez participa en el evento, Joy Clothing Store trae ropa de hombre. *Joggers*, camisetas y bermudas, hacen parte de la minicolección masculina que la marca ofrecerá en paralelo con la propuesta femenina que la caracterizó. ☺

Club
EL TIEMPO
vivamos

Disfruta este beneficio
por ser suscriptor de Portafolio



Budget

15%
EN ALQUILER
DE AUTOS

Ingresa a www.budget-int.com/clubvivamos, escoge el auto, equipamiento y redime digitando tu cédula, antes de pagar.

Consulta términos y condiciones
en www.clubvivamos.com

Descarga
nuestra app



Beneficio válido para todos los socios activos del Club EL TIEMPO Vivamos. El 15% de descuento se aplica en los siguientes códigos de tarifa: B9, LQ, LV, BZ y HX para rentas en Estados Unidos, B9 para rentas en Canadá, y 7F y 8G para rentas en América Latina y el Caribe. La tarifa se garantiza una vez hecha la reserva. Cualquier cambio a la reserva puede generar cambios en el valor de la tarifa. La disponibilidad de la tarifa y de los vehículos dependerán de la oficina de alquiler. Una vez pagada la reserva, le llegará un email con el voucher de prepago de ésta. El arrendatario deberá cumplir con los requisitos de edad, licencia de conducir y condiciones crediticias establecidas por Budget. No acumulable con otras promociones y/o descuentos. Si al momento de realizar tu compra, el establecimiento aliado no te otorga/no conoce el descuento, por favor escríbenos a vivamoseltiempo@eltiempo.com antes de realizar el pago. Casa Editorial EL TIEMPO no hace reintegros de dinero. Válido desde su publicación y hasta el 31 de diciembre de 2022. Vigencia sujeta a modificaciones y/o cambios de la Alianza. Consulta los términos y condiciones en www.clubvivamos.com

CADA SEMANA FINALIZAMOS CON UN RECORRIDO POR LOS
ACONTECIMIENTOS DE BOGOTÁ.

Anibal Alvarado Sandra Vélez

arriba BOGOTÁ
REPORTE SEMANAL

SÁBADOS
6:00 A.M.

City

Economía

Economía naranja: 2,61% del PIB pese a inversión de \$24 billones

El sector generó un valor agregado por \$27,75 billones y las creaciones funcionales son la mitad de este. El Gobierno Nacional movilizó esos recursos durante el cuatrienio.

Laura Lucía Becerra Elejalde

EN 2013, ante una conferencia del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se presentó el libro 'La Economía Naranja: Una oportunidad infinita', escrito por el actual presidente de la República, Iván Duque, y por Felipe Buitrago (ministro de Cultura entre 2020 y 2021). El libro detallaba las posibilidades de las industrias creativas como motor económico. Este sector se destacó por ser una de las banderas de este Gobierno.

En los últimos años, también, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) diseñó una cuenta satélite para medir el aporte de este sector a la economía, que en 2021 representó 2,61% del producto interno bruto (PIB), poco más de \$27,75 billones.

Esta participación se ha mantenido relativamente constante en los últimos años: 3% del PIB en 2019 (\$28,78 para ese año), y en 2020, año de la pandemia, logró 2,64% (\$23,90 billones).

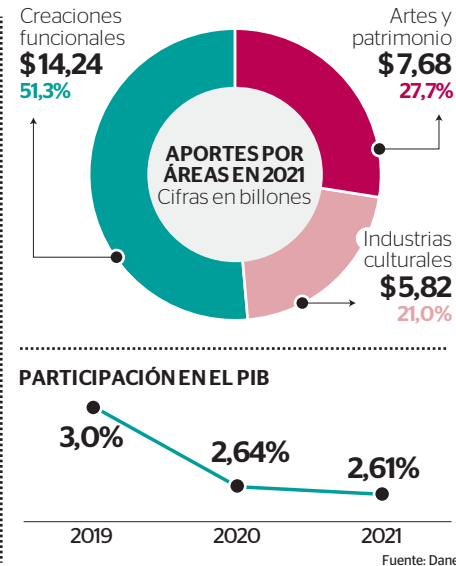
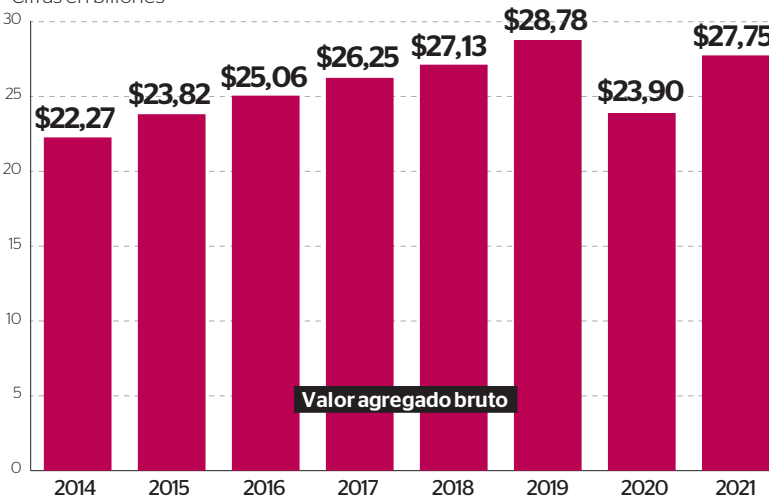
LOS SUBSECTORES

El último reporte de la cuenta satélite de cultura y economía naranja evidenció que el subsector con mayor participación en el 2021 fue el de creaciones funcionales, con el 51,3% del valor agregado y un aporte de \$14,2 billones. En este destacan los segmentos de medios digitales y software, siendo estos los más importantes del sector con \$8,9 billones; el diseño y la publicidad.

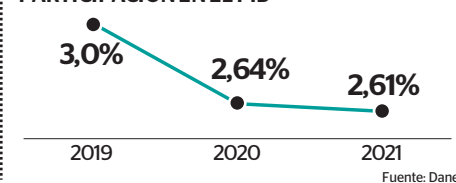
Las artes y patrimonio aportó \$7,6 billones, el 27,7% del valor agregado. En ellas se contabilizan las artes visuales, artes escénicas, patrimonio, actividades manufactureras de la economía naranja, y turismo cultural, entre otras actividades.

Cultura y economía naranja

Cifras en billones



PARTICIPACIÓN EN EL PIB



Fuente: Dane



Las actividades de arte y patrimonio son 27,7% del valor agregado del sector. Agencia Kronos

Mientras que en las industrias culturales se tiene, por otro lado, a los segmentos de editorial, fonográfica, audiovisual, y agencias de noticias y otros servicios de información. Estas actividades aportaron \$5,82 billones en 2021 a la economía.

De acuerdo con el ministerio de Cultura, este Gobierno movilizó recursos por más de \$24 billones para el sector, con el fin de fortalecer las industrias culturales y creativas en el país. Entre los avances que destaca la cartera está la

creación de las Áreas de Desarrollo Naranja, espacios al interior de las ciudades y municipios en donde convergen actividades culturales y creativas con un enfoque de impulso económico. El país cuenta con 95 áreas en 50 municipios.

Además, Mincultura destaca medidas como la renta exenta para empresas de economía naranja (dedicadas a actividades culturales, creativas y de base tecnológica) ha beneficiado a 1.098 emprendedores y empresarios.

¿DINAMISMO SECTORIAL?

Tras la pandemia, las actividades recreativas y de entretenimiento están entre los sectores con mayores tasas de crecimiento y recuperación, debido a la reapertura, y allí se encuentran varias de economía naranja.

Juan Camilo Pardo, economista e investigador de Corficolombiana, señala que "el dinamismo del sector va alineado con la tendencia alcista que se puede apreciar en las startups, por ejemplo.

"Cada vez más jóvenes y adultos se arriesgan a crear sus propias empresas, que estén en conexión con servicios de tecnología. Ya en el país tenemos dos unicornios y seguramente durante los próximos años habrán más", dice Pardo, quien señala el apetito de los inversionistas.

Pero en el caso de las actividades culturales, asegura que "es difícil saberlo. Cuando se aprecian las cifras de

EL EMPLEO EN EL SECTOR

Según las estadísticas oficiales, el número de ocupados de cultura y economía naranja (600.918) presentó un crecimiento de 11,3% en 2021. Esto, por el aumento de la población ocupada en las tres áreas: industrias culturales (17,0%), artes y patrimonio (12,5%) y creaciones funcionales (8,2%)

Por otro lado, se registró en 2021 una oferta de 503.096 puestos de trabajo, un crecimiento de 20,2% con respecto al 2020. Artes y patrimonio ofertaron 228.829 plazas y las creaciones funcionales 205.883.

PIB de entretenimiento, este sector de la economía está siendo impulsado principalmente por los juegos de azar y por las actividades deportivas y recreativas que incluye partidos de fútbol, clubes sociales y parques de diversiones".

Así mismo, Jorge Armando Rodríguez, decano de Ciencias Económicas de la U. Nacional, enfatiza en que la llamada economía naranja ha salido muy afectada del periodo de pandemia. "En 2021 el PIB atribuible a este subsector estuvo por debajo del observado en 2019 (5,8% menos en términos reales). El empleo salió todavía más golpeado. En 2019 había 644.000 personas trabajando en ese tipo de actividades; en 2021 apenas si sobrepasaron las 600.000 personas. La caída del empleo fue de 6,7%".

Además, Rodríguez apunta que es importante evaluar el efecto de los beneficios tributarios otorgados a la economía naranja por el Gobierno Duque, especialmente de cara a una futura reforma tributaria en el nuevo gobierno.

"Los resultados en PIB y en empleo ponen en duda el potencial de esa clase de beneficios. Aunque habría que descontar el impacto de la pandemia, hay razones para pensar que Colombia necesita una mayor y mejor provisión de bienes y servicios públicos en lugar de estar concediendo tratamientos tributarios preferenciales".

\$8,2

BILLONES es la contribución del segmento de medios digitales y software, dentro de la categoría de creaciones funcionales. Esta es la subcategoría con la mayor participación dentro de las ramas que mide el Gobierno como Economía Naranja.

Economía

‘El 66% entre 55 y 65 años, en riesgo de no obtener pensión’

Pandemia afectó laboralmente a personas de más edad, dice un estudio de Asofondos.

Economía y Negocios

LA RECUPERACIÓN del mercado laboral continúa pero no termina de superarse al daño ocasionado por la pandemia, pues dejó algunos retos por solucionar, de acuerdo con un estudio de Asofondos.

Señala, por ejemplo, que en el primer trimestre del año, pese a la recuperación presentada, la participación de las personas entre 55 y 65 años continúa en niveles inferiores a comparación de un periodo prepandemia (6,9 puntos porcentuales de diferencia).

Dice que la Tasa de Ocupación de la misma población sigue 7,9 puntos porcentuales por debajo del nivel en 2019. En la población mayor de 65 años se produjo un fenómeno similar.

Un aspecto que menciona como importante es que dos de cada tres personas entre 55 y 65 años no cotizan a pensión. “Esto muestra la vulnerabilidad que tiene esta población que está a punto de llegar a la edad de pensión pero que por el re-



Aún hay adultos mayores trabajando, pero por efecto de la pandemia muchos posiblemente no se pensionarán. iStock

quisito de cotización posiblemente no logren pensionarse”, dice el estudio.

Recuerda que la Tasa de Desempleo en el primer trimestre de 2022 se ubicó en 13,2% lo que aún no alcanza a los niveles pre pandemia (11,5% en el primer trimes-

tre de 2019). La Tasa de Ocupación fue de 55% y la Tasa General de Participación fue de 63,4%, niveles menores a los presentados en años sin covid-19.

En el total nacional en el primer trimestre del 2022 la Tasa de Desempleo pre-

sentó un comportamiento a la baja y se ubicó en 12,1%, lo que representa una disminución de 2,6 puntos porcentuales frente al mismo mes de 2021 (14,7%).

TRABAJO POR HACER

El estudio de Asofondos dice que el comportamiento en el primer trimestre del año es una evidencia de la amplia recuperación que ha tenido el mercado laboral pero que aún queda mucho trabajo para estabilizar y disminuir el desempleo.

El 2022 inició con una Tasa de Ocupación de 53,4% y en marzo se ubicó en 55,8%. En promedio para el primer trimestre del año se ubicó en 55%, un aumento de 3,2 puntos porcentuales frente al primer trimestre de 2021. Pese a esta mejora, aún no se alcanzan niveles prepandemia (60,4%).

Asimismo, dice que en los últimos meses se evidencia un aumento de la población trabajando o en busca de trabajo, sin embargo, no se logra alcanzar los niveles de participación que se tenían antes de la pandemia.

Si bien el mercado labo-

ral ha presentado una amplia recuperación en los últimos periodos, los adultos entre 55 y 65 años siguen presentando menor participación que la que tenían antes de la pandemia.

La Tasa de Desempleo presenta una diferencia de -4 puntos porcentuales respecto al total nacional en este trimestre móvil.

Para Asofondos, estas diferencias en la desocupación con el total nacional se explican en gran medida por la disminución de la participación en el mercado laboral de las personas en este rango de edad.



El comportamiento en el primer trimestre del año es una evidencia de la recuperación del mercado laboral”.

INFORMALIDAD Y SUS EFECTOS

En el primer trimestre la tasa de informalidad, medida como cotización a pensión, fue en promedio 57,4%. Para Asofondos, la población mayor del mercado laboral tiene altas tasas de informalidad, por encima de la observada para el total nacional incluso antes de la pandemia. Estas altas tasas hacen evidente la vulnerabilidad e inestabilidad laboral que enfrentan los colombianos a pocos años de cumplir la edad de pensión o bien entrando a la tercera edad. La ligera reducción podría deberse al cambio metodológico que implicó el nuevo marco de la encuesta de hogares.

En el mercado laboral de los adultos mayores, es decir personas con más de 65 años, se evidencia una Tasa Global de Participación y una Tasa de Ocupación bastante baja a comparación del total nacional, siendo de 21,7% y 20,1% respectivamente para el trimestre móvil enero-marzo de 2022.

Respecto a 2019 se observa que para el trimestre móvil enero-marzo de 2022 a la Tasa Global de Participación le hace falta recuperar 6,2 puntos porcentuales y a la Tasa de Ocupación le falta 6,4 puntos porcentuales para retomar sus niveles.

Esto puede deberse a que son personas en edad de pensión y enfrentan una difícil situación para reintegrarse al mercado laboral.

En la franja de 15 a 28 años la Tasa de Ocupación de 44% aún no recupera el nivel antes de la pandemia, pues le faltan alrededor de 4,7 puntos porcentuales.

La Tasa de Desempleo para los jóvenes para el trimestre móvil enero-marzo se ubicó en 21,3% es decir una disminución de 3,3 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2021.

La tasa de desempleo de los jóvenes tiende a ser mayor a la total nacional. Para este trimestre móvil el desempleo de los jóvenes se ubica 8,1 puntos porcentuales por encima de la Tasa de Desocupación nacional, la cual se ubicó en 13,2%.

TUS EDICTOS
TENDRÁN MAYOR ALCANCE

EL TIEMPO Clasificados + Legis Ámbito Jurídico **POR SOLO: \$89.900**

LLAMA YA AL 426 6000 OPCIÓN 2 EN BOGOTÁ,
LÍNEA NACIONAL 01 8000 110 990

Promoción válida hasta el 31 de diciembre de 2022. La publicación en www.ambitojuridico.com se realizará desde el siguiente día hábil de la publicación del edicto impreso en EL TIEMPO y tendrá una vigencia de 30 días calendario. Este servicio se podrá solicitar a través de cualquiera de nuestros canales de venta.

EL TIEMPO . legis **Ámbito Jurídico**
Clasificados

Economía

Exportación de licores subió un 34% entre enero y mayo

Según ProColombia, venta externa alcanzó US\$10 millones en el primer cuatrimestre.

Diana K. Rodríguez T.

LAS VENTAS de los licores de origen colombiano en el exterior, han ido en tendencia al alza en los primeros cuatro meses del 2022. Así lo estimaron las cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) con análisis de ProColombia en su último reporte.

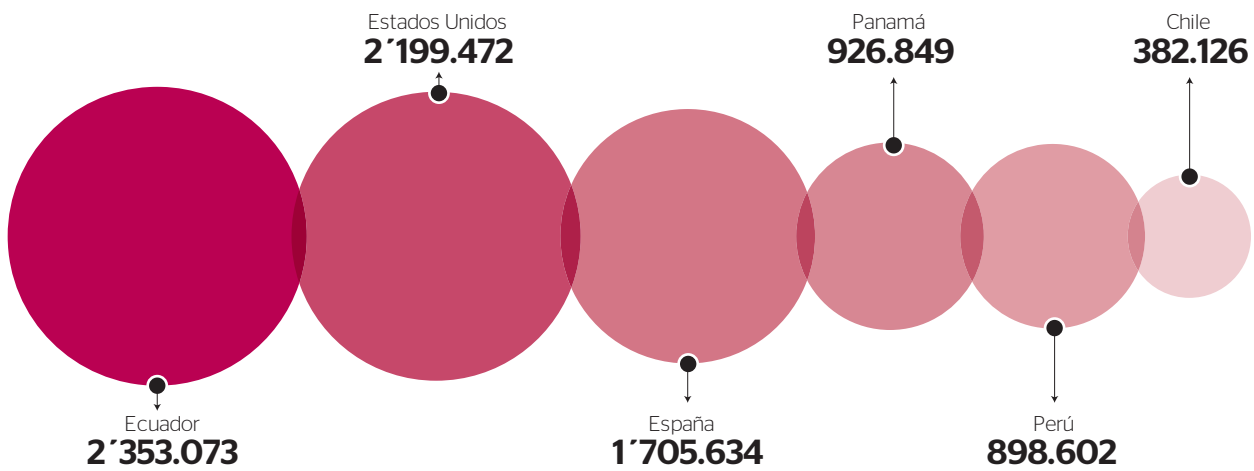
De acuerdo con las entidades, las exportaciones de licor alcanzaron ventas de US\$10 millones entre enero y mayo de este año, representando un crecimiento del 34% frente a los US\$7,4 millones exportados en el mismo periodo del 2021.

Según Flavia Santoro, presidenta de ProColombia, “la industria de bebidas alcohólicas de Colombia tiene una amplia trayectoria a nivel nacional y está teniendo una participación cada vez más interesante en mercados internacionales. De igual forma, nuevos jugadores han aparecido y han ganado importantes reconocimientos en el exterior”.

Los países que más reali-

Exportación de bebidas alcohólicas colombianas

Cifras en dólares. (De enero a mayo de 2022)



zaron compras de licor colombiano entre enero y mayo de 2022 fueron, Ecuador con una inversión de US\$2,3 millones, consiguiente de Estados Unidos, quienes compraron US\$2,1 millones, por su parte, España ocupa el tercer lugar, importando US\$1,7 millones de bebidas alcohólicas colombianas. Así mismo, Panamá (US\$926.849), Perú (US\$898.602) y Chile

(US\$382.126). Se destacan las compras de Ecuador, que crecieron más de 250%, Estados Unidos (+15,4%), España (+1.136%), Perú (106,5%) y Chile (365%).

En tanto que los departamentos más exportadores en los primeros meses del año fueron, Antioquia con una venta de US\$5,3 millones, seguido de Valle del Cauca quienes facturaron



En los últimos 5 años hemos exportado 14 millones de unidades hacia EE. UU., Europa y Suramérica”.

US\$1,9 millones, Cundinamarca alcanzó la compra externa por US\$911.756.

Por su parte, Caldas vendió US\$532.028, Bogotá US\$490.789 y Quindío con US\$380.443.

Por su parte Javier Ignacio Hurtado, gerente de la Fábrica de Licores de Antioquia (FLA), frente a la exportación de productos colombiano asegura que, “creemos que en las exportacio-

nes está el futuro de la FLA. Actualmente tenemos un posicionamiento en el mercado colombiano en donde vemos al mundo como una oportunidad de expansión. En los últimos cinco años hemos exportado 14 millones de unidades hacia Estados Unidos, Europa y Suramérica que componen nuestros mercados más fuertes”.

PREMIOS INTERNACIONALES

Frente a la aceleración de las ventas externas de licores colombianos en los últimos tiempos, empresas del país como Juniper recibió un premio internacional por uno de sus productos.

La empresa paisa, que nació en la comuna 13 de Medellín, se llevó doble medalla de oro con un gin tonic listo para consumir en el San Francisco World Spirits.

“Es un cóctel embotellado que no deja de tener la frescura de uno recién hecho y que tiene ingredientes naturales de Colombia. Estos premios han llamado la atención de varios compradores internacionales. Actualmente exportamos a Costa Rica (...) soñamos con llegar a Asia porque es un mercado de lujo y a un país como Japón donde valoran los ingredientes latinoamericanos” aseguró Juan David Zapata, cofundador de Juniper.

Los licores de anís colombiano son los más apetecidos internacionalmente. ☑

Las 'fintech' siguen creciendo en el país

DE ACUERDO con el gremio Colombia Fintech, en la actualidad en el país, el 76% de la población activa en el sector financiero lo hace a través de soluciones *fintech*.

Además, la agremiación destaca que en Colombia hay 322 empresas dedicada a la innovación financiera distribuidas en nueve segmentos, donde están el crédito y el pago digital; las finanzas empresariales, entre otros.

Según el último informe elaborado por Colombia Fintech, con corte a mayo



Entre los servicios que ofrece está el pago digital. iStock

de 2022, las compañías que ofrecen servicio de crédito digital tienen una participación del 33,11%, seguidas por la de pagos digitales (26,42%), finanzas empresariales (10,37%), Regtech (9,36%), PFM & Wealthtech (8,63%), Crypto & Blockchain (4,01%), Crowdfunding (4,01%), Insurtech (3,01%) y Neobancos (1,34%).

Otras cifras relevantes del informe apuntan que el ecosistema fintech ha generado más de 9 mil empleos, y el 75% de las organizaciones ocupan, en promedio, una fuerza laboral entre 1 y 50 colaboradores. Así mismo, el 83% de los colaboradores están vinculados bajo el esquema de contratación laboral a término indefinido.

Suscríbete con esta promo y disfruta de

TODO EL CONTENIDO DEPORTIVO

PAGA 12

RECIBE
15
MESES

¡SON 3 MESES
SIN COSTO ADICIONAL!

Escanea el código

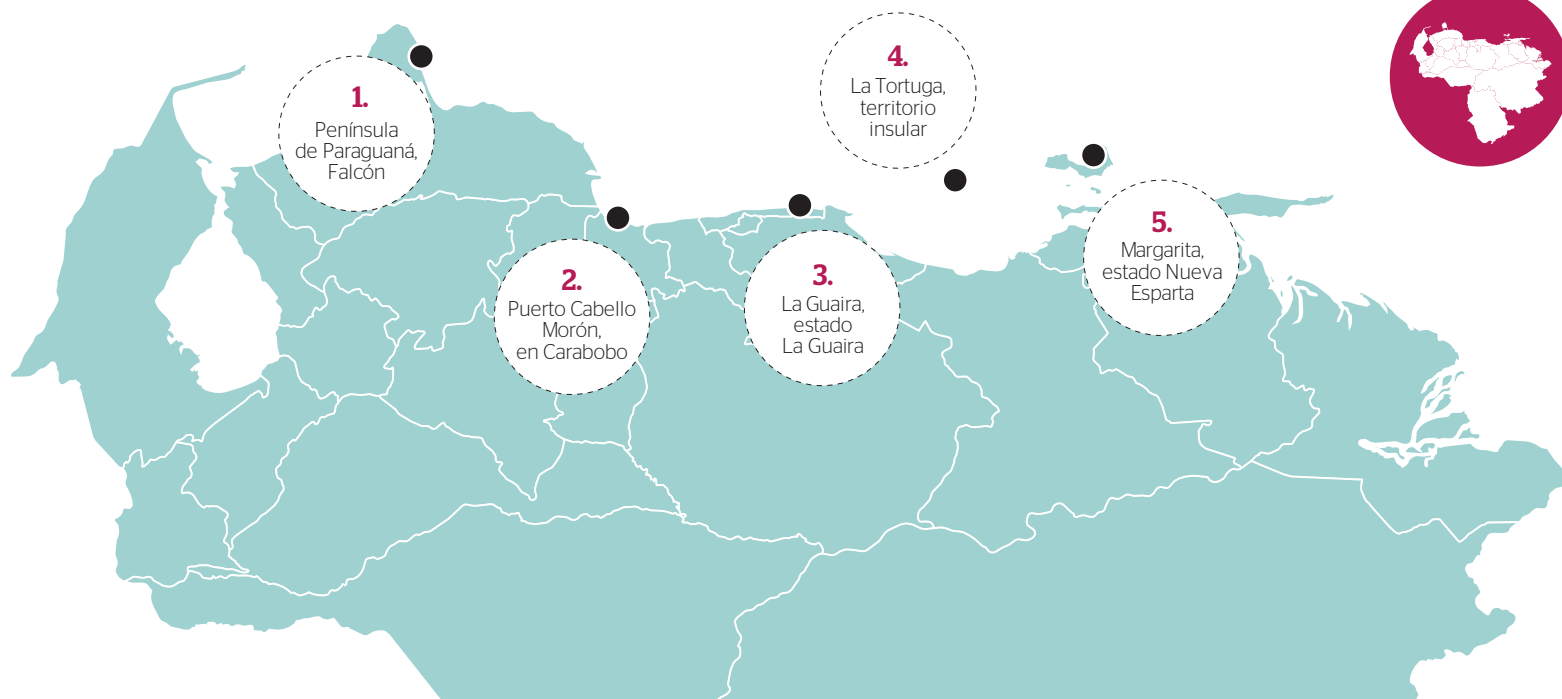
EL TIEMPO

DIGITAL

Aplican TyC disponibles en eltiempo.com/terminos-condiciones.

Entorno

Venezuela apuesta por las zonas económicas especiales



Zonas económicas especiales: el nuevo modelo de Venezuela

La administración de Maduro busca consolidar el impulso del país con este sistema popular en Asia. Analistas consideran que la confianza sigue siendo el principal reto.

Roberto Casas Lugo

CON BOMBOS y platillos, la Administración de Nicolás Maduro anunció la creación y establecimiento de las zonas económicas especiales en Venezuela, en un intento por capitalizar la incipiente recuperación económica en el país, luego de las políticas liberales aplicadas en años recientes.

“Estoy seguro de que esta Ley viene a construir nuevos motores territoriales, regionales, en función del crecimiento de la economía productiva y de la economía real”, anunció Nicolás Maduro en alocución oficial.

Esta ley contó con el respaldo pleno de la Asamblea Nacional de mayoría chavista, pero no con el visto bueno de analistas económicos en el país vecino, los cuales coinciden en que más allá de este nuevo mecanismo, la confianza y factores macroeconómicos de fondo, siguen siendo los principales retos del país.

¿CÓMO ES EL MODELO?

El sistema de las zonas económicas especiales (ZEE) es reconocido en el mundo, especialmente en Asia, con el mayor éxito de los tiempos recientes: el modelo chino.

Las ZEE pueden definirse como “un área geográfica delimitada al interior de las fronteras de un país en donde las reglas de negocios son diferentes a las que prevalecen en el resto del territorio”, de acuerdo con

un estudio de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Estas diferencias pueden estar en las condiciones de inversión, comercio internacional, aduanas; impuestos y regulaciones.

“Se busca dotar a la zona de un ambiente de negocios más liberal (desde una perspectiva política-económica) y más efectivo (administrativamente) que el que prevalece en el resto del territorio nacional”, señala el

documento de investigación universitario.

El texto precisa que, aunque se puedan solapar con las zonas francas, “las actividades de las ZEE son mucho más integrales, abarcando no solo la actividad manufacturera, sino también la agricultura, el turismo, el comercio y el desarrollo inmobiliario”.

En el caso venezolano, estos nuevos espacios de desarrollo estarán bajo la supervisión y coordinación de la

recién creada Superintendencia de Zonas Económicas Especiales.

Al mismo tiempo Maduro anunció las primeras cinco zonas económicas especiales (ver mapa), todas ubicadas en la costa norte de Venezuela.

Estarán ubicadas en la Península de Paraguaná (estado Falcón); en el corredor Puerto Cabello - Morón (estado Carabobo); en La Guaira (capital del estado homónimo); en la isla de Margarita (estado Nueva Esparta) y en la isla La Tortuga (Dependencias Federales).

Sobre este último, ya se conoció que la Administración de Nicolás Maduro busca aprovechar el potencial de esta isla en el mar Caribe con el desarrollo de infraestructura turística y competir con las islas ABC (Aruba, Bonaire y Curazao).

“En las ZEE el gobierno está permitiendo bajar la carga tributaria para las empresas, fomentar algún tipo de producción, incentivar la llegada de inversionistas

LA ECONOMÍA DEL PAÍS SE ESTÁ DESACELERANDO

Aunque el país caribeño experimentó el año pasado un ligero crecimiento de su PIB que se proyecta también para el 2022, los desafíos que enfrenta el resto del mundo también le pasarán factura. Jesús Palacios Chacín, economista senior de Ecoanalítica, señaló que en

el primer semestre del 2022, el PIB del país creció en dos dígitos, cercano al 10%, según sus cálculos, “pero con algunas tendencias hacia la desaceleración en el *retail* y en alimentos y cuidado personal”. Según Palacios, “hay preocupación para el segundo semestre por el

impacto tanto endógeno como exógeno de la inflación que puede frenar el consumo del venezolano promedio y ralentizar la actividad económica”. Maduro dijo, sin mostrar datos, que el PIB del país creció “por encima de los dos dígitos” en el primer semestre del año.



La reactivación económica del país pasa por un programa de ajuste macroeconómico con políticas fiscales claras”.

extranjeros con incentivos fiscales que les sean atractivos. También, lo que busca el gobierno es aumentar las exportaciones desde estas zonas, explicó a Portafolio Jesús Palacios Chacín, economista senior de la consultora Ecoanalítica.

LAS REACCIONES

Los analistas económicos venezolanos coinciden en que entre los retos del país está la generación de confianza con los inversionistas y los retos macroeconómicos de fondo, como la alta inflación, que, a su juicio, deben ser tratados en primer lugar.

“Quienes expropiaron y confiscaron empresas ahora mismo andan desesperados buscando quienes inviertan y traigan dólares a Venezuela (...) En un país sin estadísticas económicas y sin credibilidad, ¿cómo un inversionista valora si una inversión vale la pena? No tiene cómo hacerlo”, escribió el economista venezolano José Guerra.

El docente del Iesa, José Manuel Puente, dijo a Portafolio que este nuevo régimen “es una carta bajo la manga de la revolución a la cual le atribuye la posibilidad de reactivar la economía” aunque, a su juicio, no está muy claro.

“La reactivación económica del país pasa por un programa de ajuste macroeconómico con políticas fiscales, monetarias y cambiarias, así como ayuda financiera internacional. Desde 2014 al 2020 el país perdió el 75,9% del PIB”, dijo.

Recordó que muchos de los desequilibrios que llevaron a los siete años de recesión aún siguen presentes “porque aún no se tocó el origen del problema” y recordó que aunque se salió de la hiperinflación, “el país aún tiene la inflación más alta del mundo”. ☐

360 grados

LOS PASAPORTES MÁS PODEROSOS DEL MUNDO

Japón, Singapur y Corea del Sur, los mejores. Colombia ocupa el puesto 41.

Roberto Casas Lugo

A MEDIDA que la pandemia de la covid-19 se va quedando atrás en el calendario gracias, en parte, a la vacunación, los países comienzan a levantar las restricciones sanitarias y con ello, aumenta la demanda de vuelos internacionales.

Para esto último es preciso el pasaporte. Un documento que permite la identificación del nacional de un país (por nacimiento o adopción) en el territorio extranjero y, dependiendo del país de origen, este ciudadano deberá presentar visas o no, en aquel Estado que lo recibe.

La consultora internacional Henley & Partners presentó esta semana la edición 2022 de su prestigioso ranking de los pasaportes más poderosos del mundo. Se le considera con esta cualidad al documento, cuando permite la mayor cantidad de ingresos a otros países sin la necesidad de un visado.

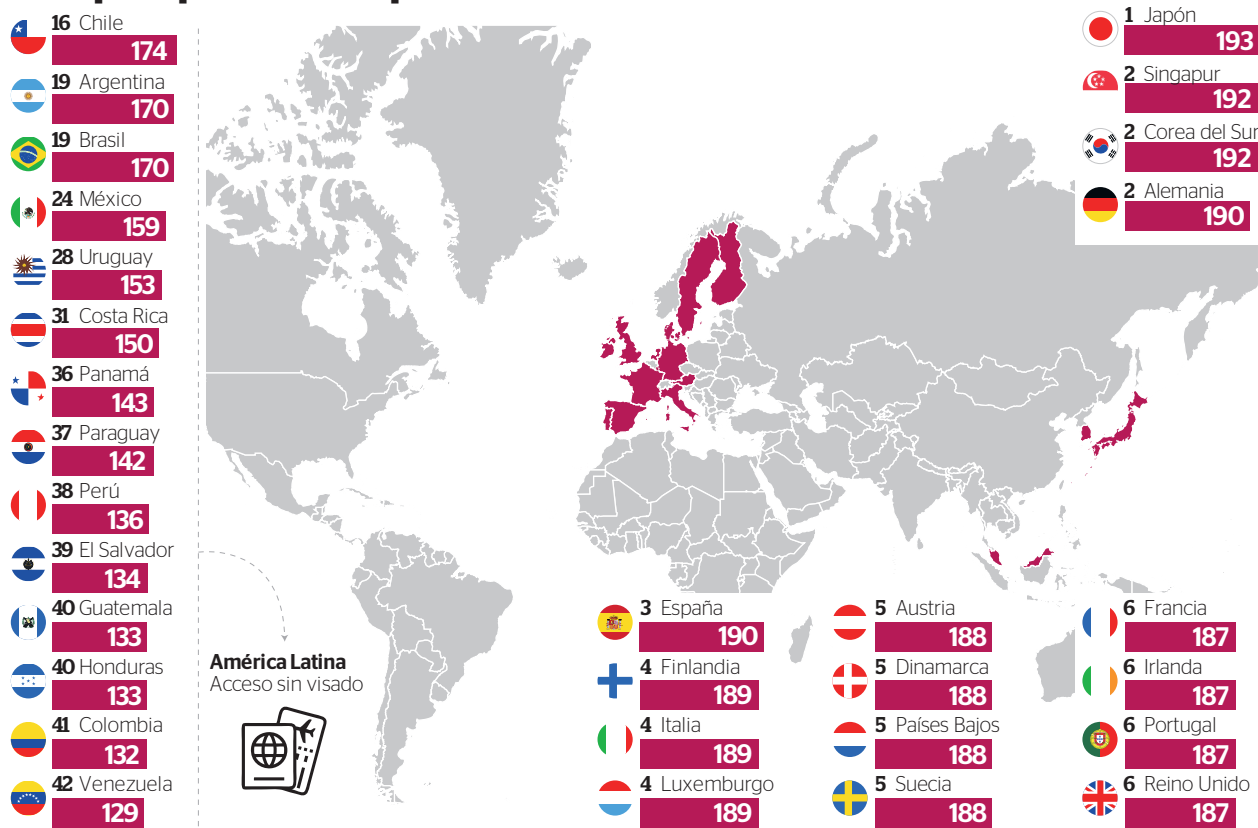
De acuerdo con el más reciente listado, “los titulares de pasaportes con mayor acceso global son actualmente los más restringidos y reacios a disfrutar de su libertad de viaje”. Esta conclusión procede de que, nuevamente, Japón encabeza la clasificación con acceso sin visado a 193 países.

Al territorio insular le siguen Singapur y Corea del Sur empatados en la segunda posición con libertad para ingresar a 192 territorios sin una visa requerida.

El resto de las diez primeras posiciones lo ocupan los países de la Unión Europea, así como sus aliados. Por mencionar: Alemania y España empatan en la tercera posición (190 países sin visado); Finlandia, Italia y Luxemburgo comparten la cuarta casilla (189 países) y, en el quinto puesto, están Austria, Dinamarca, Países Bajos y Suecia con libre acceso a 188 territorios.

Francia, Irlanda, Portu-

Los pasaportes más 'poderosos' del mundo



RUSIA, MÁS AISLADA

El estudio hace un especial énfasis en la coyuntura que enfrentan los titulares del pasaporte ruso debido a las consecuencias de la guerra en Ucrania. “Los titulares de pasaportes rusos están más aislados que nunca del resto del mundo, ya que las sanciones, las prohibiciones de viaje y los cierres del espacio aéreo limitan el acceso de los ciudadanos rusos a casi todos los destinos de Asia y Oriente Medio”, señala el reporte. En 2022, el pasaporte ruso ocupa el puesto 50 con un puntaje de 119 países sin visado, sin embargo, el espacio aéreo de Occidente, en su mayoría, está cerrado.

gal y Reino Unido comparan la sexta ubicación con 187 países libres. Vale resaltar que el pasaporte británico cayó una posición en comparación con el ranking de 2021.

Otro pasaporte que también retrocedió una posición fue el de Estados Unidos, el cual ahora está en la séptima casilla (186) compartiendo con Bélgica, Nueva Zelanda, Noruega y Suiza.

Como una conclusión general del ranking, Henley & Partners señaló que “los pasaportes de alto rango se han recuperado casi a los niveles previos a la pandemia en términos de acceso”. Destacó la recuperación de Reino Unido y EE. UU.

Los “pasaportes más débiles”, es decir, con la menor cantidad de ingresos sin visado, son los de las naciones de Afganistán (27); Iraq (29) y Siria (30).

Por otro lado, un detalle que destaca el informe es que el pasaporte ucraniano



El puesto 41 es la mejor posición alcanzada por Colombia. CEET

27

PAÍSES pueden visitar los poseedores de un pasaporte de Afganistán. Es el pasaporte “más débil” dentro del listado de la consultora Henley & Partners.

tiene la posibilidad de seguir escalando posiciones en los próximos años, debido al reciente proceso sobre la vinculación de la exrepública soviética en la UE.

LOS PASAPORTES LATINOS

En el listado de la consultora internacional, el pasaporte de Chile se ubica como el mejor documento de identificación en el extranjero (casilla 16 global) con la posibilidad de entrar a 174 países sin visado, entre esos, a Estados Unidos.

En la posición 19 se ubican los pasaportes de Argentina y Brasil con los que se pueden entrar sin visa a 170 territorios.

México (159 países) y Uruguay (153) ocupan la cuarta y quinta posición, respectivamente, entre los mejores documentos de identificación en el extranjero.

Después se encuentran Costa Rica (150), Panamá (143), Paraguay (142), Perú (136), El Salvador (134), Guatemala (133), Honduras

(133) y Colombia (132).

Venezuela (129), Nicaragua (128), Ecuador (92), Bolivia (80), República Dominicana (70) y Cuba (65) son los más débiles de la región.

EL PASAPORTE COLOMBIANO

El documento de identificación colombiano es el decimotercero más poderoso de América Latina con la posibilidad de entrar a 132 países sin necesidad de visado.

Esta posición del 2022, en la casilla 41, es el mejor registro para el pasaporte colombiano en las 17 ediciones que completa el ranking de la consultora internacional y mejora en tres posiciones frente al resultado de 2021 (posición 43).

En el período 2006-2009 el pasaporte colombiano mantuvo la posición 64 del ranking, mientras que su peor resultado fue en 2011 cuando cayó al lugar 77, tras retroceder cuatro puestos frente al dato de 2010 (73). ☺

360 grados



En los procesos de selección de mujeres copilotos la proporción de participación actual es alrededor de un 25% de población femenina. *viva*

MUJERES PILOTO, CERCA DEL 10% DE LOS CAPITANES

Paula Galeano Balaguera

EN LA INDUSTRIA de la aviación se han visto distintos cambios en el personal a lo largo de la historia. Por ejemplo, anteriormente se delimitaba la forma de vestir (pantalón para hombres, y falda y tacones para las mujeres), además de cómo peinarse y maquillarse.

Incluso, años atrás las mujeres únicamente podían dedicarse a trabajar como auxiliares de vuelo y los hombres como pilotos.

Con los años han llegado cambios, las tendencias se han ido perfilando en pro de la comodidad y avanza igualdad en relación con los trabajos, y Colombia no es la excepción.

Aunque es poco usual, cada vez son más las mujeres capitanas al mando del avión. Por ejemplo en Viva, el 10% de los pilotos, son mujeres, cifra que incrementó 7% en los últimos

tres años. En general la organización intentan tener paridad en los puestos de trabajo, resaltando la capacidad de realizar su trabajo más no su sexo, por eso la compañía está conformada hoy en 58% (hombres) y 42% (mujeres), cifra que espera mejorar con los años.

Ahora bien, en el equipo de Avianca hoy hacen parte 4.820 mujeres de más de 24 países y más de 89 de ellas son pilotos de en las flotas Airbus320 y Boeing787.

A nivel general, Avianca cuenta con cerca de 1.550 pilotos en su operación global, lo que significaría que cerca del 6% son mujeres.

Sobre paridad en la labor de tripulante de Cabina, la aerolínea roja cuenta con 2.212 auxiliares de cabina, de ellos, 684 son hombres (31%) y 1.528 (69%) son mujeres.

Adicionalmente, en términos de equidad de género, Avianca se adhirió a la



Desde 2020 subió 70% la participación mujeres piloto. *viva*

iniciativa 25by25 de IATA que busca lograr la diversidad de género en la industria.

“La meta es aumentar el porcentaje de participación de la mujer en puestos directivos y en áreas con pocas mujeres a un mínimo de 25% para el año 2025”, asegura la compañía.

Además, Avianca asegura que desde su estrategia de Sostenibilidad y a través de la alianza con la Fundación She Is y la Nasa, han promovido “desde sus primeros años a las niñas y jóvenes para se acerquen a esta industria y se inspiren para ser parte de ella en el futuro”, añade.

En el caso de Latam, Diana Palacio, gerente de recursos humanos de Latam Colombia, asegura que dentro de las metas del Plan de Inclusión y Diversidad de Latam a 2030, la organización tiene la meta de contar con 10% de mujeres en el



Hay mayor participación de mujeres como técnicas de mantenimiento, ingenieras aeronáuticas y despachadoras de aeronaves”.

rol de tripulante de mando. “Esta es una meta muy retadora en el sector, que maneja un promedio mundial de 6% de mujeres en estos roles actualmente”, indicó la gente.

A su vez María Lara, directora de Asuntos Corporativos de Latam Colombia, asegura que la compañía está empujando al mercado laboral para encontrar tripulantes de mando que se incorporen a la compañía.

“Pero al mismo tiempo generaremos educación a través del trabajo con niñas en edad escolar para que puedan entender que pueden tener acceso a carreras de este tipo”, indicó Lara.

Además, según cifras del sector, hoy existe mayor participación de las mujeres en las escuelas de aviación. Además, los procesos de selección de mujeres copilotos la proporción de participación actual es alrededor de un 25% de mujeres.

OTROS ROLES DESEMPEÑADOS

En Viva se ha evidenciado una mayor participación de las mujeres en roles como técnicas de mantenimiento, ingenieras aeronáuticas y oficiales despachadoras de aeronaves.

“Además, dentro de la compañía tenemos cargos de altísima importancia que antes eran ocupados por hombres como jefe de combustible, jefe de planeación de mantenimiento y jefe de programación de tripulaciones; que hoy son ocupados por mujeres altamente capacitadas que enfocan todos sus esfuerzos en brindar un servicio de calidad para garantizar una operación segura”, señala al respecto Paola Giraldo, VP de personas de Grupo Viva. 

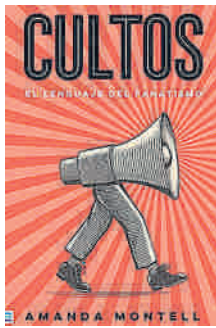
360 grados / Libros

LIBROS

cesgir@portafolio.co

Cultos

Autor:
Amanda Montell
Sello:
Tendencias



Nuestra cultura tiende a proporcionarnos respuestas poco sólidas a las cuestiones relativas a la influencia de los cultos; y la respuesta no tiene nada que ver con controlar la mente. La clave para crear una fuerte ideología, una comunidad y una actitud de 'nosotros-/ellos' se reduce al lenguaje. Tanto de forma positiva como sombría, el lenguaje de culto es algo que oímos y nos influye cada día. A través de una investigación, exponen los elementos verbales que hacen que muchas comunidades sean "de culto", revelando cómo afectan a seguidores de grupos, pero también cómo penetran en las empresas y en los feeds de Instagram.

Guerra en Ucrania

Autor:
Carlos Alberto Patiño
Sello:
Debate



A inicios del año 2022, la guerra contra Ucrania tomó por sorpresa al mundo. Sin embargo, más que un hecho aislado, es parte de una estrategia por parte de Rusia que viene de tiempo atrás, en un intento por recuperar la posición geopolítica que ostentaba hasta hace unas décadas. El libro muestra las razones por las cuales se desató una guerra y una invasión. Allí aparecen los datos necesarios para conocer el contexto histórico de estos eventos, apoyados con mapas y gráficos. Están las guerras y acciones militares rusas desde 1992, la situación de Ucrania, Crimea y el Dombás en 2014.

Hermanos de sangre

Autor:
Antonio Rafael Sánchez
Sello:
Intermedio Editores



Todo tipo de historias se han escrito sobre el asesinato de Carlos Castaño Gil, el máximo comandante de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC). A Castaño le quita la vida Manuel Salvador Ospina Cifuentes, alias 'Móvil 5', la tarde del 16 de abril de 2004 en el sitio conocido como Rancho al Hombro. Pero a 'Móvil 5' y al comandante de las AUC los unían casi cuatro décadas de amistad, de lazos familiares y de una causa común: ser antisubversivos, esa causa y la guerra los lleva a un nefasto e increíble desenlace. El libro cuenta todos esos detalles de la vida de dos hombres que fueron como hermanos, pero en la que uno asesina al otro.

TECNOLOGÍA



La forma en la que las personas interactúan con las entidades financieras ha cambiado exponencialmente. iStock

Arquitectura digital de la banca

El libro recopila la experiencia y buenas prácticas en el ámbito de arquitecturas y plataformas digitales del sector bancario de la región.

A raíz de la demanda de los bancos para generar una estrategia enfocada en el cliente, las arquitecturas y plataformas digitales se han vuelto indispensables, pues permiten al negocio componer nuevos productos y servicios digitales, diseñando experiencias diferenciales que implican una mayor eficiencia, a la vez que generan ventajas competitivas en el mundo actual. Esto se demuestra en el libro de NTT DATA, donde recorre las experiencias, estrategias y lecciones aprendidas de los protagonistas de las entidades financieras líderes. Por su parte, Jesús García Blas, Head of

Americas Digital Architecture de NTT DATA, agrega que "debido a la prioridad de crecimiento enfocado en el cliente, en un escenario de competencia feroz y siendo lo más eficiente posible, las arquitecturas y plataformas digitales deben formar parte del corazón de la estrategia de la compañía, esto implica la capacidad de haber adoptado plataformas y tecnologías Composable, además de ser Open, Agile, Resilient, Hyperautomated, ZeroTrusted and Sustainable".

La forma en la que las personas interactúan con las entidades financieras ha cambiado exponencialmente, por lo que ahora las organizaciones deben crear experiencias y diversos canales por las que sus clientes sientan satisfechas sus necesidades y expectativas, facilitando así



Plataformas digitales en entidades financieras de Latinoamérica

Autor:
NTT DATA
Sello:
NTT DATA

el acceso a los servicios financieros de manera simple, rápida y segura. En ese sentido las arquitecturas y plataformas digitales han tenido un impacto positivo no solo en el sentido de la facilidad y seguridad de las transacciones, sino también en la estrategia de marketing y comunicaciones que siempre está en evolución. Ser disruptivo es un requisito para poder superar los desafíos digitales que deben enfrentar todas las organizaciones, en un momento en el que las entidades financieras en todo el mundo buscan ser mucho más eficientes para adecuarse a las necesidades de hoy. El texto es fruto del esfuerzo de los equipos en Latinoamérica y se espera sirva como herramienta de consulta para que organizaciones y empresas puedan implementar sus evoluciones digitales.

Pedagogía básica para congresistas y para la ciudadanía

Autor:
Universidad de los Andes, entre otros.



El objetivo de la cartilla es aportar conocimiento básico y fundamental sobre el Congreso de la República. Cómo se tramitan las leyes, qué diferencias tienen y otros temas de cómo es el poder ejecutivo y el judicial, y cómo opera en términos generales el Estado. Con el documento esperan que la gente amplíe sus conocimientos sobre el funcionamiento del

sistema político colombiano. La publicación es parte de la estrategia de comunicación y pedagogía de Congreso Visible (CV), programa del Departamento de Ciencia Política de la Universidad de los Andes. La cartilla es de acceso gratuito en internet, en el link: www.canva.com, buscando *CARTILLA TALLERES CITREP - A4* by Juanita cubillos Muñoz.

Portafolio

EL DIARIO LÍDER EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

[**Entrevista**]

Transporte

Paula Andrea Galeano Balaguera

Cada vez más el sector de *e-commerce* encuentra maneras de innovar y facilitar el proceso de compra a muchos clientes. Es así como en medio de este proceso diferentes actores logísticos han encontrado un espacio en esta cadena de servicio, aportando un valor agregado desde sus empresas.

Una compañía que se abre paso en esta cadena es FletX, empresa que ayuda a solucionar problemas de logística y que además conecta a diferentes actores. En entrevista, Andrés Vélez, CEO de FletX, contó los pormenores del negocio que cada vez toma relevancia en el sector.

¿Cómo funciona la plataforma digital?

La plataforma se construye con base en una experiencia de 42 años en el sector del transporte, un entendimiento muy profundo de cómo opera el negocio, en cabeza de cada uno de los agentes que hacen parte de la operación, ellos son: conductores, propietario del vehículo, el generador de carga y la empresa de transporte.

Esta plataforma, entendiendo la operatividad y los dolores de cada una de las partes, genera una interfaz única para cada uno de ellos, lo cual les permite operar de manera independiente y ágil, lo que reduce, notablemente, los dolores de cabeza que se producen día a día en la operación normal de cualquier otra empresa, como lo son la pérdida de información, de productividad y de tiempo.

¿Cómo es la afiliación de un conductor independiente?

La afiliación del conductor se hace, básicamente, en sitio. Hacemos un proceso de *on boarding* donde le explicamos las ventajas de trabajar en un esquema como el de FletX, mientras lo asistimos en los pasos de registro de la aplicación que posteriormente nos permite empezar la relación con él.

De igual manera le prestamos asesoría a través de un *contact center* que lo asiste de manera permanente, apoyándolo y dándole todo el soporte técnico y de registro necesario.

Para poder trabajar con nosotros, cada conductor debe tener toda la documentación en vigencia y así, nosotros, podemos tener control de todo lo que requerimos para poder cumplir con las normas y estar al día en todos los procesos que requerimos para actuar como empresa de transporte.

¿Desde su entrada al mercado, y con la pandemia cómo cerraron el año?

Desde luego que la pandemia supuso un reto para nosotros, estábamos en pleno plan de expansión cuando entró, sin embargo, el modelo digital nos permitió seguir operando con conductores, muchas veces, sin hacerlos ir a ninguna oficina de despacho, sin hacerlos entregar documentos físicos y, ni siquiera, tener que entregarles cheques para que recibieran

‘Digitalizar el transporte de carga es vital’

Andrés Vélez, CEO de FletX, dijo que incursionan en el mercado estadounidense y llegarán pronto a México. Crecen a doble dígito mes tras mes.



Andrés Vélez, CEO de FletX, implementará nuevos servicios en la cadena logística del país. Cortesía

La pandemia fue un reto para nosotros, estábamos en pleno plan de expansión, pero el modelo digital nos ayudó”.

sus anticipos como sucede con la operación normal de ellos.

Nuestro flujo está completamente digitalizado. El conductor en su plataforma accede, en tiempo real, a todas las ofertas que hay cerca de su ubicación para que cuando se postule y se le conceda un servicio, tenga toda la documentación digitalizada (orden de carga, manifiesto, etc.) incluido un medio de anticipo que se le genera a través de una tarjeta débito que cada uno de ellos tienen con nosotros.

¿Cuánto esperan crecer este año?

Estamos en una dinámica de crecimiento doble dígito, mes contra mes, en cada una de nuestras líneas de negocio. Viene una etapa de expansión muy interesante en términos del proyecto y estamos trabajando muy de cerca con el conductor, que es nuestra razón de ser, pues consideramos que es el eslabón más débil en la cadena de producción.

En ese sentido, nuestro objetivo es estrechar los lazos con ellos, volverlos autónomos sin dependencias con oficinas de despacho o despachadores y que accedan, con base en la información a una toma de decisiones mucho más ágil, recibiendo desde nosotros un apoyo adicional a través de nuestro esquema de atención, buscando un mayor redondeo operativo.

¿Tienen planes de expansión a otros países?

Tenemos una plataforma muy versátil y, con base en ella, tenemos grandes planes de expansión.

Hay una necesidad grande de sector por digitalizar la operación del transporte de carga terrestre, interconectando a todos los agentes principales que intervienen, algo que no solo sucede en Colombia sino en varios países del mundo y de América, incluyendo Estados Unidos, por lo que consideramos que allí hay una buena oportunidad.

En este momento estamos iniciando operaciones en Estados Unidos y próximamente lo haremos en México, sin embargo, no dejamos de lado a Colombia, donde tenemos un plan de crecimiento muy importante y con diferentes esquemas para aplicar, buscando más eficiencia en la operación con terceros.

¿Esperan implementar nuevos productos?

Definitivamente sí. FletX es el primer ecosistema digital de transporte de carga verdaderamente integrativo y más allá de ser una empresa de transporte con licencia y resolución del Ministerio para operar, en cumplimiento de la norma, nuestro andamiaje digital genera mucha información que es aplicable a negocios que se desprenden de nuestro ‘core’ que es el transporte.

En esa línea, lo que viene es muy interesante, pues nos permite ampliar la oferta, llegando a todas las actividades. Por eso tenemos proyectos importantes productos y servicios como los insumos para los vehículos y conductores afiliados. ☺