Opinión



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

CARTA DEL DIRECTOR

El turno para los pequeños

A menos de 24 horas de arrancar una histórica cuarentena que cubre a todo el país, crecen las preocupaciones por los impactos que sobre la economía colombiana tendrán los 19 días de aislamiento obligatorio preventivo.

En días pasados, el Gobierno Nacional y las administraciones locales han venido diseñando la arquitectura legal y fiscal que sostendrá la cuarentena de más de 50 millones de personas. Asimismo, han venido tomando las decisiones sectoriales en materia de financiación, abastecimiento de alimentos, orden público y redes de ayuda social a los más pobres, entre otros.

Conforme se acerca la hora cero del aislamiento obligatorio y con más de 15 millones ya encerrados, quedan más claros para el ciudadano de a pie los sacrificios que como sociedad tendremos que asumir para detener la propagación del coronavirus en el territorio colombiano.

En especial, los sacrificios que en materia de la actividad productiva la economía colombiana está asumiendo para implementar las necesarias pero drásticas medidas de protección de la salud pública.

Una nación de 50 millones de habitantes en cuarentena implica un inédito golpe a la economía, a los bienes y servicios que producen las empresas de todos los tamaños y a los ingresos de las personas detrás de esos productos y servicios. Sin contar a la mitad de los trabajadores colombianos que viven en algún grado de informalidad.

A medida que avanza la pandemia, las empresas comienzan a tomar decisiones frente a sus operaciones y a sus empleados, que están despertando tanto aplauso como rechazo en las redes sociales. Experimentamos tiempos extraordinarios y sin precedentes, cuyas consecuencias son difíciles de determinar tanto en tiempo como en dinero.

> **El foco del próximo paquete de ayudas económicas deben ser las pequeñas y medianas empresas y sus trabajadores.**

Con casi todos los colombianos en sus casas sin poder salir, la incertidumbre sobre el futuro de las empresas, los pequeños negocios y los empleos se han tomado las mesas de comedor de los hogares colombianos.

El Gobierno ha incluido líneas de crédito y alivios a las empresas, así como el Ministerio de Trabajo activó su vigilancia centralizada para evitar despidos masivos y abusos a los trabajadores.

La cuarentena, por ahora hasta el 13 de abril, impactará los ingresos de las empresas, grandes, pequeñas, medianas y micro, que a su vez podrán quebrar, reducirse o eliminar puestos de trabajo. Es momento de dejar esa falsa disyuntiva entre la ayuda a las empresas o las ayudas para proteger los empleos.

Más del 96 por ciento de las empresas en Colombia son medianas y pequeñas empresas, mipymes, que generan millones de puestos de trabajo. Un informe de Confecámaras muestra que el 99 por ciento de las más de 308 mil empresas creadas en 2019 son, de hecho, de tamaño pequeño.

En otras palabras, ayudar a las empresas a aguantar el desierto de ingresos de la cuarentena, y del resto de la pandemia, ayuda a su vez a proteger los empleos.

Es momento para que el Gobierno Nacional discuta una nueva ronda de ayudas económicas ante la realidad del aislamiento obligatorio y su inédito impacto en el aparato productivo. El foco de este nuevo paquete deben ser las medianas, pequeñas y microempresas.

Además de los alivios que puedan darse por el sistema financiero, estos negocios reciben esa ayuda a cambio de sostener la nómina y asegurarle a sus trabajadores algunos ingresos.

En las últimas semanas hemos sido testigos de muchísimos gestos de solidaridad y sensibilidad de grandes empresas en el país. El sector privado está trabajando en los frentes de salud y abastecimiento. Son necesarias ideas creativas para reducir esas cargas y costos a las mipymes para que, a cambio, mantengan a sus empleados. Tiempos extraordinarios requieren creatividad y audacia.

Quién podrá salvarnos



Camilo Herrera Mora

Cada problema, trae su solución. Esta es la tercera crisis grande en el gasto de los hogares que vivimos este siglo. El fenómeno es parecido: bajos precios de petróleo, devaluación y precios creciendo. En 2008-2009, el golpe vino de la crisis financiera que provocó la caída del petróleo cayera, y en Colombia ya veníamos en un aumento de la inflación; en 2015-2017, vino por la gran caída de la cotización del petróleo, El Niño y el paro camionero. En la primera nos demoramos casi 5 años para recuperar el gasto por persona y, en la segunda, 4 años. Esta crisis, viene de un virus externo, con la gente en casa, el comercio cerrando, el empleo reduciéndose, la devaluación creciendo a una enorme velocidad y los precios comenzando a subir, causando lo que llamamos un "choque de ingreso". Esta vez, los restaurantes, la industria del entretenimiento, la cultura, el turismo y el ocio, son golpeados fuertemente.

Lo que nos lleva a la pregunta fundamental en este momento, "¿Qué salvo las dos caídas anteriores?", y la sorpresiva respuesta es: el comercio. En 2008-2009, las tiendas de barrio, panaderías, droguerías, misceláneas, plazas de mercado y supermercados, se unieron a los esfuerzos de las grandes cadenas, para hacer descuentos y dinamizar el mercado, crear medios de pago, fortaleciendo el "fiado" y ayudando a los hogares a salir de ese hueco. En 2015-2017, fue el ecosistema de precios bajos, liderado por los *hard discounts* (D1, Ara, Justo & Bueno), los que le salieron al paso al momento y redefinieron el comercio, dando cercanía a los hogares, pasando de la ecuación de "Bueno, Bonito y Barato", a "Barato, Cerquita y Rápido".

> Aún no sabemos bien que puede pasar, pero no será tan duro como parece, ni tan suave como algunos deseamos. Todo va a cambiar, pero nada va a desaparecer. Esa es la verdad".

Ahora son los domicilios los que van a salvar la patria. El ecosistema de compras por plataformas (Rappi, Domicilios, Merqueo, UberEats), por WhatsApp, Instagram, Facebook, Comercio Electrónico, llamadas telefónicas y nuevamente la tienda de barrio, permitirán en alianza a muchos restaurantes, almacenes, supermercados, droguerías, EPS, y hasta bancos con pagos en línea, redefinir los canales de compra en el mercado, mantener el empleo, jalar la producción y ayudar a pasar la tormenta seca en la que estamos y pasemos a la segunda fase de la crisis: la devaluación.

En octubre, el 28% de los encuestados por RADDAR, habían pedido un domicilio; en febrero, ya son el 37%, dejando ver la tendencia de crecimiento y que este fenómeno es fundamental en la solución al problema; solo RAPPI, aumentó el tamaño de los domicilios en Colombia más de un 5% el pasado. Este cambio y, los de estudiar en línea o reunirnos en videollamadas, nos demuestra el poder del internet en estos momentos, los beneficios de los cambios tecnológicos que hemos tenido, el enorme poder de los servicios públicos, las ventajas de los alimentos procesados saludables, del sistema de salud que tenemos y hasta la banca; recordándonos, que por años estaban haciendo las cosas bien, y no hacíamos sino criticarlos.

Aún no sabemos bien que puede pasar, pero no será tan duro como parece, ni tan suave como algunos deseamos. Todo va a cambiar, pero nada va a desaparecer. Esa es la verdad.

Presidente, junta directiva de Raddar.
camiloherrera@raddar.net

Portafolio El Tiempo Casa Editorial www.portafolio.com

Copyrights © 2019. EL TIEMPO Casa Editorial S.A. Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular.

Director
Francisco Miranda Hamburger
framir@portafolio.co

Editor adjunto y jefe temático
Edmer Tovar Martínez

Subeditores
César Augusto Giraldo Briceño

Rubén López Pérez

ECONOMÍA Y NEGOCIOS **Sala de Redacción**
Constanza Gómez
Andrés Cárdenas
Alfonso López Suárez
Laura Viviana Lesmes Díaz
Valerie Cifuentes

Editor Portafolio.co
Pedro Miguel Vargas Núñez

PERIODISTAS EN COLOMBIA **Oficinas de EL TIEMPO**
Medellín: Jorge García
Bucaramanga: Félix Quintero
Cali: José Valencia
Ibagué: Fabio Arenas
Barranquilla: Estewil Quesada
Eje Cafetero: Fernando Umaña

Director Gráfico
Beiman Pinilla

Jefatura de Diseño
Juan Manuel Leal

Concepto Gráfico y Diseño Editorial
Diana Yamile Acosta González

Diseño y Diagramación
Diana Yamile Acosta G.
Edwin Puentes Martínez

Infografía
José Alirio Díaz

Fotografía
Casa Editorial EL TIEMPO

Colaboradores
Camilo Herrera, Mauricio Cabrera, Luis Arango N., Sergio Calderón A. y Beethoven Herrera.

Gerente Portafolio
María Cristina Amaya Hoyos
marama@eltiempo.com
Tel.: 2940100 Ext.: 2860.

Jefe Mercadeo
Ibón Andrea Bernal Torres,
ibober@eltiempo.com

Oficina de redacción, administración y ventas
Avenida Calle 26 No. 68B-70
Bogotá, Colombia. Tel: 2940100.

Suscripciones
Bogotá: 3538888
Línea Nacional:
01 8000 118080
Medellín: 2507988
Cali: publicidad: 6836000

Servicio al lector
Bogotá: 6687155
Barranquilla: 511077
Ibagué: 610799 - 610790.
Conmutador: 2940100.