



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

CARTA DEL DIRECTOR

Más trabajo, menos campaña

Mañana se llevará a cabo una nueva conmemoración del Primero de Mayo. El día anual de los trabajadores convocará, como es tradición, a centrales obreras, sindicatos y otras organizaciones que recordarán los avances conseguidos en el pasado, así como expresarán demandas y exigencias más contemporáneas. No obstante, la celebración de este 2024 trae un componente adicional problemático: el pedido presidencial de que le “permitan hablar en su tribuna”.

El presidente de la República, Gustavo Petro, trino esta solicitud en respuesta a las multitudinarias manifestaciones en su contra del pasado 21 de abril. El primer mandatario invitó a que el próximo Primero de Mayo sea “un día hermoso para mostrar el poder de las gentes que trabajan estudian

crean” (sic). Si bien buena parte de las organizaciones sindicales que tradicionalmente protagonizan las marchas de ese día, son afines ideológicamente a la Casa de Nariño, convertir el Día del Trabajo en una jornada proselitista a favor del Gobierno desvirtúa la esencia de la conmemoración.

Más allá de este pulso entre seguidores de la administración Petro y sus opositores, este Primero de Mayo llega con un panorama laboral en franco deterioro. Sin desconocer la importancia de las reivindicaciones del movimiento sindical y sus miembros, el Día de los trabajadores constituye un momento para revisar los retos complejos que enfrenta la economía colombiana para generar empleo. El aparato productivo nacional no crea el número suficiente de puestos de trabajo, ni con la formalidad ni la estabilidad ni la distribu-

“La celebración del Primero de Mayo debería concentrarse en los retos en formalización y creación de nuevo empleo que enfrenta el mercado laboral”.

ción regional necesarias.

Tras una dinámica recuperación pos-pandemia, en especial para sectores como los servicios y la administración pública, los prin-

cipales indicadores del mercado laboral llevan ya varios meses en rojo. Las alertas fueron disparadas por expertos y centros de investigación al inicio del proceso de desaceleración de la economía. El mensaje fue claro: a pesar de la caída en la tasa de desempleo anual, el freno evidente en la dinámica productiva terminará tarde o temprano manifestándose en la realidad del trabajo.

Las cifras oficiales del Dane correspondientes a febrero pasado -las más recientes- mostraron una fotografía preocupante del empleo. Por primera vez, desde marzo de 2021, la tasa de desempleo aumentó en su comparación anual: 11,7% en el segundo mes de 2024 frente a 11,3% en el mismo período del año pasado. Además, sectores económicos que usualmente jalan hacia arriba la creación de puestos de trabajo como el

comercio minorista y mayorista, 18% del empleo total, y la construcción 7% están, en efecto, destruyéndolos. Aproximadamente 167 mil en el caso del primero, y 50 mil en la segunda.

Otro desafío estructural del mercado laboral colombiano está en sus altos índices de informalidad. A pesar de mejoras generadas en la pos-pandemia, una tasa del 57% de trabajadores informales continúa infligiendo enorme daño a la estabilidad laboral y la seguridad social de millones de ciudadanos. Continuar elevando la carga a las empresas de todos los tamaños, que crean la inmensa mayoría de los empleos en el país, es una fórmula para agravar el deterioro de este panorama.

Con un proyecto de ley de reforma laboral, que no avanza en el Congreso y que no incluye medidas ambiciosas para atacar la informalidad y estimular la creación de empleo, la discusión de este Primero de Mayo debería concentrarse más en estos retos y menos en la defensa de la agenda del Gobierno.

Repensar la vejez



Cristina Vélez Valencia

La vejez ha estado en el centro del debate en las últimas semanas, reflejo del sesgo de confirmación de la discusión de la reforma pensional. Ante esto, muchos estamos replanteando nuestro plan para la vejez. Y no es menor, estamos resolviendo un sistema insostenible, con otro sistema que sigue siendo insostenible, pero que también socava el régimen de ahorro individual, el único viable en el largo plazo.

Ahora, la discusión sobre la vejez abarca mucho más espacio que las pensiones.

Es imposible negar las difíciles condiciones de la vejez vulnerable del país, que necesita cada vez más atención en la medida en que vivimos más, nos reproducimos menos y continuamos soportando el peso del empleo informal y precario. Claramente, atender a las personas mayores empobrecidas y sin oportunidades requerirá cada vez más atención y recursos del Estado en salud, transferencias o sostenimiento y entretenimiento, entre muchos otros frentes.

Sin embargo, no todas las soluciones y oportuni-

dades para que tengamos una vejez digna están vinculadas a las acciones del Estado. En este frente, hay mucho espacio para soluciones de mercado. La primera tiene que ver con generar oportunidades para que las personas puedan ser productivas tanto tiempo como lo deseen, bien sea porque necesitan generar ingresos o porque quieren seguir trabajando. Pensar en esquemas flexibles en los que se aproveche la capacidad y la experiencia de las personas mayores y a su vez tengan espacios para aprender nuevas tecnologías que les permitan actualizar sus conocimientos para que su experiencia no se pierda en la tra-

“¿Qué tal si planteamos esquemas de juntas asesoras de expertos senior para emprendimiento o procesos de transformación?”.

ducción, puede ser una manera de lograrlo.

¿Qué tal si planteamos esquemas de juntas asesoras de expertos seniors para emprendimientos o para

procesos de transformación en las empresas que apoyen temas puntuales? De la misma manera que *startups* como Compi emparejan jóvenes con personas mayores para prestarles servicios de acompañamiento, transporte y asesoría tecnológica, ¿qué pasa si también emparejamos personas mayores con jóvenes que necesitan consejos de vida, acompañamiento para planear su futuro o mentorías específicas? Las posibilidades son enormes.

Muchos bancos han aprovechado la estabilidad de los ingresos de las personas pensionadas para brindarles créditos y productos financieros, pero las oportunidades de negocios que in-

volucran activamente a personas mayores, y que no solamente los perciban como pacientes o clientes pasivos sino como socios, son mucho más complejas y fascinantes.

En promedio, la expectativa de vida en Colombia es de 77 años, con una brecha de género que juega a favor de las mujeres: 80 para nosotras y 74 para los hombres. Sin embargo, la edad de pensión es 57 para las mujeres y 62 para los hombres. Estos años no solo están marcados por las canas, son plateados por las oportunidades económicas que conllevan y las posibilidades son enormes.

Decana Escuela de Administración, Universidad Eafit.

Portafolio

El Tiempo Casa Editorial
www.portafolio.co

Copyrights © 2020.
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
Omar G. Ahumada Rojas
omaahu@eltiempo.com.co

Subeditor
César Giraldo Briceño / cesgir@eltiempo.com

Editor Portafolio.co
Camilo Hernández

Redactores Portafolio.co
Javier Acosta | Juan Martín Murillo
Jessica Rodríguez | Sofia Diaz

ECONOMÍA Y NEGOCIOS
Constanza Gómez
Andrés Cárdenas
Paula Galeano

Sala de Redacción
Holman Rodríguez
Johana Lourdy
Daniela Morales

Editora Gráfica
Sandra Rojas

Jefatura de Diseño
Juan Manuel Leal

Concepto Gráfico y Diseño Editorial
Diana Yamile Acosta González

PERIODISTAS EN COLOMBIA
Medellín: María Alejandra Rodríguez
Barranquilla: Leidys Rivero

Oficinas de EL TIEMPO

Diseño y Diagramación
Diana Yamile Acosta G.,
Edwin Andrés Puentes M.

Infografía
Bryan Velásquez

Fotografía
Casa Editorial EL TIEMPO

Colaboradores
Cristina Vélez, Stefano Farné,
Ricardo Santamaría,
Julián Domínguez.

Gerente Productos Impresos
Alexandra Plata Vásquez
alepla@eltiempo.com

Jefe de Producto
Karen García García
garkar@eltiempo.com

Jefe Comercial Richard Salgado Arango / riscal@eltiempo.com
Gerente de Publicidad Regional y Medellín:
Juliana Salazar / jsal@eltiempo.com

Jefe de Publicidad Cali y Eje Cafetero:
Adriana Muñoz / admun@eltiempo.com
Jefe de Publicidad Costa: Silvana Nieto / snieto@eltiempo.com

Oficina de redacción, administración y ventas
Avenida Calle 26 No. 688-70 / Bogotá, Colombia. Tel: 2940100.

Suscripciones
Bogotá: 4265000
Línea nacional: 01 8000 110990
L-V 6 a.m.- 6 p.m.
S-Yo 6 a.m.- 2 p.m.

Línea de Servicio al cliente
Bogotá: 4266000 opc 1-2
Línea nacional: 01 8000 110990
Email:
servicioalcliente@eltiempo.com
Regionales: 01 8000 11077
Publicidad: PBX 2940100 ext 3150