

Opinión



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

CARTA DEL DIRECTOR

Un pulso largo

El Índice de Precios al Consumidor (IPC), recién publicado por el Dane, confirmó la tendencia que se vino registrando durante el año pasado: una reactivación de la economía acompañada de una disparada en el costo de la vida. La inflación anual en 2021 alcanzó 5,62 por ciento -la más alta registrada en los últimos cinco años-.

El informe de diciembre ratifica que la subida de los precios está jalonada mayoritariamente por la división de gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas -un aumento anual de 17,23 por ciento-. La carne de res, el pollo, la papa y los aceites, entre otros, son los protagonistas de una carestía que sienten la gran mayoría de colombianos cuando van a hacer el mercado.

Los hogares más pobres son los más perjudicados de este fenómeno con ca-

racterísticas globales. Dado que los alimentos ocupan un porcentaje importante de la canasta de los más humildes, el costo de vida configura un asunto de la mayor relevancia social, económica y política. De hecho, mientras en 2021 para los hogares ricos los precios subieron 4,39 por ciento, la inflación de los hogares pobres aumentó en un 6,85 por ciento.

El actual ambiente electoral, sumado a la sensibilidad de este tema que toca directa y duramente el bolsillo de los ciudadanos, invita a la mayor responsabilidad en su discusión pública. No sobra recordar que la reactivación de la economía global está generando fuertes presiones inflacionarias alrededor del mundo, con notable excepción de los países asiáticos.

Las interrupciones en las cadenas globales de suministro han afectado el co-



Para enfrentar la inflación hay que confiar en las autoridades monetarias, respetar las instituciones y recordar la disciplina de las últimas tres décadas”.

mercio de insumos y la recuperación dinámica de la demanda frente a una oferta restringida ha elevado los costos de las materias primas. Los países latino-

americanos no son ajenos a estas tendencias. Por ejemplo, la inflación en Perú para diciembre rondaba el 6,4 por ciento mientras que en noviembre Chile marcó 6,8 por ciento, México 7,4 por ciento, Brasil 10,7 por ciento y Argentina, 51,2 por ciento.

En el frente local los impactos del paro nacional, en especial de sus bloqueos ilegales, contribuyeron no sólo a la subida descomunal de los precios de los alimentos -con el mayor nivel mensual del 2021- sino también a la distorsión de los ciclos productivos y logísticos. Que una economía asfixiada a la fuerza recupera mágica e inmediatamente su actividad tras levantar las barreras es una idea que sólo contemplan los dirigentes políticos que justificaron esos cierres en su momento.

El carácter explosivo de

la inflación como tema político en medio de la temporada electoral dificultará al máximo su abordaje técnico y ponderado. No obstante, nunca sobrarán tanto analizar los factores locales y externos detrás del fenómeno como enmarcarlos en una perspectiva más amplia en el tiempo. Un IPC anual de 5,62 por ciento no es siquiera el mayor registrado en la última década y está muy lejos de los niveles de más del 30 por ciento de hace treinta años.

La pandemia ha desatado una inflación global con unas características específicas que los bancos centrales más poderosos del mundo debaten aún si son de naturaleza transitoria o permanente. Lo más probable es que esas presiones se mantengan en el corto plazo y el Banco de la República deba ajustar el ritmo de sus alzas a las tasas. Para enfrentar la inflación de hoy hay que confiar en las autoridades monetarias, respetar la independencia y credibilidad de esas instituciones y recordar la disciplina de las últimas tres décadas.

Un buen ejemplo de gobierno corporativo

Camilo Sánchez



La compra de ISA por parte de Ecopetrol el 11 de agosto del 2021 dio inicio a una nueva etapa en la relación entre ISA y XM, ya que con el cambio de las condiciones existentes se hacía necesario generar un nuevo acuerdo de Gobierno Corporativo para beneficio de las empresas y el sector.

Hubiera sido fácil dejar todo como estaba antes de la compra, pero el mercado requería hacer mucho más transparente esta relación

por la entrada de Ecopetrol y su impacto debido al peso relativo que tendrá sectorialmente. Para ello se establecieron protocolos de transparencia que empezaron a implementarse una vez finiquitada la transacción de la compra.

La cláusula 5.10 del contrato estableció convocar una asamblea general extraordinaria de accionistas para aprobar los cambios y empezar su inmediato cumplimiento.

El 29 noviembre se cumplió este hito y hubo reforma estatutaria. Se decidió que la junta directiva de XM fuera totalmente independiente de Ecopetrol e ISA, con nuevos integrantes. Para esta ocasión la esco-

gencia de 5 hombres y 5 mujeres, todos conocedores del sector, absolutamente independientes de las empresas en mención, es una plena garantía. La compañía Korn Ferry ayudó en el proceso.

En el futuro, el gerente de XM deberá ser escogido por la Junta Directiva, por mayoría simple, y se deberán presentar mínimo cinco candidatos escogidos por un *headhunter* reconocido para una adecuada selección.

También se estableció que los integrantes de los comités de junta directiva de XM y demás órganos de gobierno deberán ser únicamente empleados de la empresa o miembros de la



Al cesar la unidad de propósito y dirección entre ISA y XM, queda claro que dejan de ser parte del grupo empresarial”.

junta. Además, se modificó la política de servicio de XM prohibiendo expresamente que empleados de la empresa puedan participar simultáneamente en la

prestación de servicios de ISA a Ecopetrol y viceversa, garantizando mayor independencia y transparencia.

En cuanto al manejo de la información se establecieron políticas muy estrictas de neutralidad, confidencialidad y no revelación de la misma relacionada con sus servicios entre XM, ISA y Ecopetrol. Recordemos que XM venía manejando su información financiera de manera independiente antes de la compra por parte de Ecopetrol.

Estos ajustes fortalecen el gobierno corporativo de XM, reconocido en el sector desde tiempo atrás. Es importante resaltar que al cesar la unidad de propósito y

dirección entre ISA y XM, queda claro que dejan de ser parte del grupo empresarial, para lo cual Ecopetrol procedió a registrar el control sobre ISA y sus compañías subordinadas, pero ya no como grupo empresarial.

Como reza el adagio, “la mujer del César no solo debe ser, sino parecer” y aquí se cumple a cabalidad para bien de nuestro sector, mostrando que los cambios se pueden hacer en carne propia cuando hay compromiso, como sucede con la actual gerente de XM, María Nohemí Arboleda y sus socios ISA y Ecopetrol, lo que es digno de resaltar.

Presidente de Andesco.

Portafolio

El Tiempo Casa Editorial
www.portafolio.com

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
Rubén López Pérez
rublop@eltiempo.com

Subeditor
César Giraldo Briceño

Editor Portafolio.co
Camilo Hernández

Redactores Portafolio.co
Javier Enrique Acosta
Iván Ricardo Torres

ECONOMÍA Y NEGOCIOS Sala de Redacción
Constanza Gómez | Alfonso López Suárez | Holman Rodríguez | Johana Lorduy | Juliana Peña
Andrés Cárdenas | Laura Viviana Lesmes | Laura Lucía Becerra | Roberto Casas Lugo

PERIODISTAS EN COLOMBIA Oficinas de EL TIEMPO
Medellín: Jorge García | Cali: José Valencia | Barranquilla: Estewil Quesada
Bucaramanga: Félix Quintero | Ibagué: Fabio Arenas | 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
Bryan Velásquez

Fotografía
Casa Editorial
EL TIEMPO

Colaboradores:
Camilo Sánchez;
María Sol Navia;
Juan Manuel
Ramírez;
Rafael Herz.

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. 688-70
Bogotá, Colombia. Tel.: 2940100.

Suscripciones
Bogotá: 4266000
Línea nacional: 01 8000 110990
L-V 6 am-6 p.m. S y D 6 am-2 p.m.

Línea de Servicio al cliente
Bogotá: 4266000 opc 1-2
Línea Nacional: 01 8000 110990
E mail:
servicioalcliente@eltiempo.com
Regionales: 01 8000 11077
Publicidad: PBX 2940100 Ext:3150