

Opinión



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

CARTA DEL DIRECTOR

Temporada de asambleas

En estos momentos se está precisamente desarrollando el calendario de asambleas ordinarias de accionistas de las principales compañías colombianas. Los equipos de administración de estas empresas están llevando a estos escenarios unos positivos resultados, registrados el año pasado en el marco de la reactivación de la economía nacional y el levantamiento de cierres y restricciones. Es decir, la recuperación del 2021 se ha traducido en los balances de buena parte del sector privado colombiano.

Analistas consultados por este diario han calculado en unos 15 billones de pesos los recursos que las empresas con acciones en la Bolsa de Valores de Colombia (BVC) entregarán en dividendos. Si bien es cierto la mayor parte de este monto proviene de los históricos resultados de Ecopetrol- alre-

dedor de 11 billones de pesos-, la dinámica positiva de crecimiento de la economía les permitiría a las compañías una política más agresiva de dividendos.

La senda de reactivación que los distintos sectores productivos transitaron el año pasado generó tanto un repunte tras el desplome de la actividad económica en 2020 como unos positivos aumentos en las ganancias. Grupos empresariales en hidrocarburos y energía, telecomunicaciones, alimentos, comercio minorista, construcción, sector financiero, servicios públicos entre otras ramas, registraron crecimientos en sus ingresos operacionales, así como en las utilidades.

De estas asambleas unas que causan un entendible interés y atención en el mercado son las del Grupo Nutresa y el Grupo Sura que se celebrarán la próxima semana. Serán las primeras tras las OPAs impulsadas

“Las empresas más importantes del país llevan a sus accionistas los dividendos de la reactivación y la oportunidad de juntas más diversas”.

por el grupo Gillinski y permitirán entender mejor la visión de estos accionistas entrantes sobre la ruta de dos de los conglomerados más importantes del país.

Los accionistas, junto a la

junta directiva y al equipo de administración, son una pieza fundamental dentro de la definición de las estrategias corporativas de las empresas. Aunque la mayoría de las compañías vendrán con resultados positivos dentro de esta reactivación, es innegable que la pandemia del coronavirus y la triple crisis sanitaria, económica y social que desató en Colombia y en el mundo ha transformado, en mayor o menor grado, los entornos para hacer negocios. De hecho, en sectores específicos, los choques van más allá del entorno para afectar directamente los modelos de negocio, los diseños de los bienes y servicios y las estructuras de producción y distribución.

Estos tiempos constituyen un momento propicio para constituir juntas directivas mejor diseñadas para enfrentar y adaptarse a los cambios desatados por la pandemia y a los ajustes

que la “nueva normalidad post-covid” traerá a los negocios. Un camino para lograrlo, cuyos resultados positivos cada vez son más estudiados, es la conformación de equipos directivos más diversos y equitativos. Esto es, con miembros que recojan experiencias distintas y con una mayor presencia femenina.

Un reciente estudio de la Superintendencia de Sociedades que revisó más de 5.500 empresas calculó un aumento de 2,18 por ciento de mujeres en las juntas directivas. De hecho, el club del 30 por ciento y otras entidades como el CESA han construido un banco de hojas de vida femeninas con más de 260 candidatas preparadas para integrar equipos de dirección empresarial.

Junto a los dividendos de la reactivación y los positivos resultados del 2021, las principales empresas colombianas enfrentan el desafío de construir hojas de ruta corporativa con visión de futuro, mayor responsabilidad social y ambiental, y un equilibrio entre las utilidades a los accionistas y el propósito empresarial.

Tómese un tinto con el que piensa diferente

Hernando José Gómez R.



La Encuesta Mundial de Valores (2020) determinó que el 52% de los colombianos no habla de política con amigos y familiares. A su vez, la plataforma Tenemos que Hablar Colombia identificó que cuando se le pregunta a la gente por aquello que quiere cambiar, la corrupción (94,3%) y la política (72,4%) fueron las respuestas más repetidas. Además, las dos emociones que más se mencio-

naron frente a aquello que queremos cambiar son la tristeza (49%) y el miedo (17%). En este panorama, ¿cómo vamos a construir acuerdos sobre aspectos de nuestra vida en común en Colombia, si las emociones involucradas son emociones displacenteras y no estamos conversando de forma abierta e informada sobre ello?

Una lectura inicial que tomo ante esta situación de distancia y falta de conversación de la ciudadanía con y sobre las instituciones políticas nace de la lectura de “Bartleby, el escribiente” de Herman Melville, el mismo autor de “Moby Dick”, cuando afirma con contun-

dencia que el desinterés de las personas ante el dolor ajeno se debe a “una cierta desesperanza de remediar un mal excesivo y orgánico, porque cuando percibe que esa compasión ante la miseria no conduce a un auxilio efectivo, el sentido común le ordena al alma que se deshaga de ella”.

Por eso, defender la democracia está, necesariamente, en transformar la manera en que construimos diálogos con impacto en el país. Somos lo que conversamos, y si nuestra conversación está enmarcada en un perfil distante y desinteresado, esa será la Colombia en la que vivamos. Porque como menciona Geor-

“Vale la pena promover escenarios de diálogo amplio en la mayor cantidad de espacios que habitemos. No será un diálogo sencillo, serán conversaciones difíciles, pero no estamos solos en ese proceso”.

ge Lakoff en “No pienses en un elefante”, para pensar y actuar distinto necesitamos hablar distinto.

Vale la pena promover escenarios de diálogo amplio en la mayor cantidad de espacios que habitemos. No será un diálogo sencillo, por el contrario, serán conversaciones difíciles, pero no estamos solos en ese proceso. Según Tenemos que Hablar Colombia, hoy hay más de 62 espacios de diálogo vigentes en el país y esos escenarios necesitan más presencia y atención de tomadores de decisiones del ámbito público y privado, para que le den eco a las ideas que se construyen en colectivo.

El proyecto democrático en Colombia está en riesgo por la falta de diálogo, de articulación, de empatía y solidaridad ante el dolor ajeno. La pandemia nos dejó también grandes retos, como la defensa de la institucionalidad, el cuidado mutuo y la libertad económica. Y sumado esto al panorama político cambiante de los próximos meses, la apuesta desde nuestros lugares de decisión debe ser: sumarnos al diálogo del país, escuchar, darle eco a las voces con las que no hemos conversado antes y juntarnos para cuidar lo construido y potenciarlo aún más.

presidenciaasobancaria@asobancaria.com

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
rublo@eltiempo.com
Subeditor
César Giraldo Briceño

ECONOMÍA Y NEGOCIOS Sala de Redacción
Constanza Gómez
Andrés Cárdenas
Paula Galeano Balaguera

Alfonso López Suárez
Laura Lucía Becerra
Johana Lorduy

Holman Rodríguez
Roberto Casas Lugo
Juliana Peña

Editor Portafolio.co
Camilo Hernández

Redactores Portafolio.co
Javier Enrique Acosta
Mariana Guerrero Álvarez
Silvia Viviana Gómez

PERIODISTAS EN COLOMBIA
Medellín: Jorge García
Bucaramanga: Félix Quintero

Oficinas de EL TIEMPO

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
Bryan Velásquez

Fotografía
Casa Editorial
EL TIEMPO

Colaboradores:
Hernando José Gómez,
Germán Umaña,
Fernando Caviedes
y David Forero.

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