

Opinión

CARTA DEL DIRECTOR

Costos y confianza



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

Continúa la temporada de entrega de resultados financieros y asambleas de accionistas de las principales empresas del país con balances mayoritariamente positivos y en varios casos hasta históricos. Por ejemplo, una veintena de compañías, presentes en la Bolsa de Valores de Colombia, están repartiendo más de \$20 billones en dividendos, que incluyen a **Ecopetrol** y que no contemplan muchas más firmas. Esta billonaria repartición es el reflejo de la dinámica de la reactivación de la economía que marcó el 2021.

No obstante, lo corrido del año en curso envía señales que conducen a la moderación y que aumentan los niveles de incertidumbre. En primer lugar, distintas encuestas ya empiezan a mostrar deterioro en la confianza de los empresarios, en especial de los comerciantes. La edición de febrero de Pul-

so Empresarial del Dane, por ejemplo, muestra una caída de dos puntos en su Índice de Confianza Empresarial (ICE) en comparación con el pico registrado en diciembre pasado.

Una imagen similar proyecta la Encuesta Empresarial de Fedesarrollo, también de febrero, en la cual el indicador para los comerciantes baja 2,1 puntos porcentuales con respecto a enero y continúa un descenso prácticamente desde agosto pasado. Si bien la confianza de los industriales aumentó 2,8 puntos porcentuales frente al arranque del año, esta medida de temperatura de las percepciones del sector privado ratifica que el ambiente jubiloso del fin de 2021 es definitivamente parte del pasado.

Segundo, de manera inevitable el proceso electoral eleva la incertidumbre alrededor de los negocios y de las inversiones. El actual entor-



Las empresas siguen moviendo el motor de la reactivación, pero se asoman alertas en costos y la incertidumbre que están minando la confianza”.

no internacional está marcado por la disrupción de las cadenas de suministro, más los efectos económicos de la guerra en Ucrania que generan tanto oportunidades como altos costos. A lo ante-

rior se suma el ámbito doméstico en el que el horizonte no luce tan despejado ni tan promisorio como antes.

La encuesta de Fedesarrollo arriba mencionada encontró que la “percepción de los empresarios sobre la favorabilidad de las condiciones económicas y sociopolíticas para invertir se redujo frente a la anterior medición”. El 46,6% de los empresarios consultados considera que esos aspectos no son favorables mientras que solo el 7,8% los encuentra positivos. De hecho, la temporada electoral y el tema político afecta incluso a las acciones de la Bolsa de Valores.

Un tercer aspecto se relaciona con la disparada de los costos para los empresarios. Mucho se discute sobre el efecto de la subida de los precios a los consumidores que afecta innegablemente su poder adquisitivo y su calidad de vida. Sin embargo, la más reciente variación de los Índi-

ces de Precios al Productor del Dane registra un 30% anual. En agricultura y ganadería, por ejemplo, este aumento en febrero marcó 7,1%. Junto a los altos costos de las materias primas y los insumos se añaden fenómenos de escasez, problemas logísticos, retrasos en la producción, entre otros.

Por último, las trayectorias de las expectativas de los empresarios y de los consumidores han empezado a divergir, lo cual no deja de ser preocupante. Una de las claves de la dinámica del 2021 fue precisamente la sincronía de los vagones de las empresas y de los hogares en el tren de la reactivación económica. El sector empresarial y el consumo privado deben mantener su sintonización positiva con miras a no dejar caer la senda de crecimiento. La incertidumbre política es inevitable pero los candidatos a la Presidencia -o al menos la mayoría de ellos- podrían enviar señales más potentes y sonoras al mundo empresarial sobre la continuidad de ciertas medidas y políticas, así como la apuesta a ciertas reformas, con mayor detalle y profundidad.

El portazo histórico

Mauricio Reina



La agria ruptura entre Francia Márquez y César Gaviria ha puesto contra las cuerdas a Gustavo Petro, quien contaba con que podría seducir al Partido Liberal para poder llegar a la Casa de Nariño. Petro sabe que tiene más probabilidad de ganar en primera vuelta, cuando el anti-petrismo del país está fragmentado, y no en segunda, cuando estaría aglutinado alrededor de quien fuera su rival. Y en ese propósito puede hacer la di-

ferencia contar con el partido liberal y los más de 2 millones de votos que sacó en las elecciones legislativas.

Antes de las consultas esa seducción parecía viable, si se les entregaba a los liberales la candidatura a la vicepresidencia y la promesa de algunos ministerios. Pero el 13 de marzo Francia Márquez mostró que no sólo tiene 750 mil votos propios, sino que además es un fenómeno político. Para complicar más las cosas, Sergio Fajardo eligió como candidato a la vicepresidencia a Luis Gilberto Murillo, otro afrocolombiano de grandes capacidades y prestigio internacional, lo que obligó a Petro a darle la candidatura a la vicepresidencia a Francia. Y ahí

fue Troya: ella dijo lo que quiso de Gaviria y ahora Petro está viendo que se le puede escapar la institucionalidad liberal, mientras él se ha quedado con una candidata a la Vicepresidencia que escapa a su manejo.

¿Y ahora qué puede pasar? Todo dependerá de cómo se resuelvan algunas cuestiones. La primera es si los puentes de Petro con Gaviria se pueden reparar. A ello están aplicados los primeros liberales que buscaron tempranamente el sol que más alumbra en las encuestas, como Roy Barreras y Luis Fernando Velasco, pero sus esfuerzos están condicionados a lo que pueda decir en cualquier momento una Francia impredecible



La agria ruptura entre Francia Márquez y César Gaviria ha puesto contra las cuerdas a Gustavo Petro, quien contaba con que podría seducir al Partido Liberal para poder llegar a la Casa de Nariño”.

y con agenda propia.

Suponiendo que los puentes institucionales están irremediablemente rotos, viene la segunda pregunta: ¿cuántos votos liberales se irían con César Gaviria? Difícil saberlo, sobre todo porque el voto para las presidenciales es mucho más independiente que el de las parlamentarias. Sin embargo, el efecto de una ruptura definitiva entre el Pacto Histórico y el Partido Liberal no sería despreciable: debilitaría la sensación de inevitabilidad de Gustavo Petro, que sería lo que le permitiría seguir sumando apoyos oportunistas para tratar de ganar en primera vuelta.

Queda además el interrogante de qué podría hacer

Gaviria si no restablece el Puento con el Pacto Histórico. ¿Ir a las toldas de Sergio Fajardo, con quien ha tenido enfrentamientos más agrios que con Francia Márquez? ¿O a las de Federico Gutiérrez, el más continuista de todos los candidatos?

Por supuesto que este impasse entre el Pacto Histórico y el Partido Liberal podría resolverse con unas buenas disculpas y una buena oferta burocrática. Pero hay algo que no cuadra en esta ecuación de poder a la usanza tradicional: la autonomía y el voluntarismo de Francia Márquez, que ya deben estar quitándole el sueño a Petro.

Investigador asociado de Fedesarrollo.

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
Mariana Guerrero Álvarez
Silvia Viviana Gómez

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Constanza Gómez
Andrés Cárdenas
Paula Galeano Balaguera

Sala de Redacción

Alfonso López Suárez
Laura Lucía Becerra
Johana Lorduy

Holman Rodríguez
Roberto Casas Lugo
Juliana Peña

PERIODISTAS EN COLOMBIA

Medellín: Jorge García
Bucaramanga: Félix Quintero

Oficinas de EL TIEMPO

Call: 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:
Mauricio Reina;
Rodolfo Segovia;
Hernán Avendaño Cruz;
Luis Felipe Chávez.

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 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