

Especial

# Portafolio 30 AÑOS

www.portafolio.co | Marzo 29 de 2023

## Altos costos alteraron las estrategias empresariales

De ser un tema que no las tranchaba, las compañías ahora tienen diferentes medidas para controlar los gastos y enfrentar el apretón en el consumo tras la inflación más alta en 24 años.

**AL MISMO** tiempo que el bolsillo de los consumidores ha resultado fuertemente golpeado por una inflación que llegó en el 2022 al nivel más alto desde 1998 (variación de 13,12% según el Dane), las em-

presas y millones de negocios de todos los tamaños se han visto enfrentados a un inusitado repunte en el valor de sus insumos, al cual han tenido que responder no solo con un estricto control de esta varia-

ble, sino con acciones para que sus ventas y rentabilidad se afecten lo menos posible.

Si bien hoy el índice de precios del productor ha venido cediendo, Portafolio indagó con diferentes sectores pro-

ductivos y encontró, por ejemplo, acciones para hacer efectivo el abastecimiento y más promociones, pero también aparece la entrega de vivienda con menos acabados e incluso reducir el por-

centaje de dividendos a distribuir a sus accionistas.

Sin embargo, en la mayoría de casos ha sido inevitable trasladar el alza al consumidor final, pero buscando afectarlo lo menos posible.



Mauricio Moreno / Portafolio

**Portafolio, 30 años como medio líder en la información económica y de negocios**

**EL 2023** no solo será un período clave para el devenir económico del país por el trámite legislativo de reformas de gran calado, como la de salud, la pensional y la del mercado laboral. Este será el año de la celebración del aniversario número 30 de Portafolio, medio líder de la información económica y empresarial del

país. Al igual que hace tres décadas, cuando el país empezaba la Apertura Económica y estrenaba la Constitución de 1991, será referente del análisis de los acontecimientos en la economía nacional e internacional para que los empresarios y los lectores, en general, tomen las mejores decisiones.

En estos 30 años Portafolio ha evolucionado, pasando de ser semanario a ser diario, y ahora se constituye en una sólida y robusta plataforma de información económica y empresarial que incluye el periódico impreso, la revista Portafolio, el portal Portafolio.co, el más visitado de su tipo, y una división de foros.

Desde hoy y hasta septiembre, a través de eventos, contenidos de aniversario y especiales periodísticos, Portafolio analizará con sus lectores y audiencias estas tres décadas de cambios, progreso y evolución de la economía nacional y de las empresas, así como las claves y los desafíos para el futuro.

# Insumos, el dolor de cabeza de los productores en el país



Aunque el IPP en febrero registró un dato anual de 13,17%, durante 2022 se mantuvo por encima de 30% por siete meses. El agro, entre los afectados.

Laura Lucía Becerra Elejalde

**DURANTE** el último año y medio el incremento en los precios ha golpeado no solo a los consumidores, sino también a los productores. La industria nacional ha visto el aumento en los costos en diferentes sectores, desde el agro hasta la industria o la minería, como resultado de una crisis global de insumos que quedó como rezago tras la pandemia y el choque en las cadenas de suministros.

Aunque el Índice de Precios al Productor, que evidencia los incrementos en los costos que deben enfrentar, registró una variación anual de 13,17% a febrero de 2023, el indicador viene mostrando desaceleración importante, a lo largo de 2022 se mantuvo por encima de 30% por siete meses.

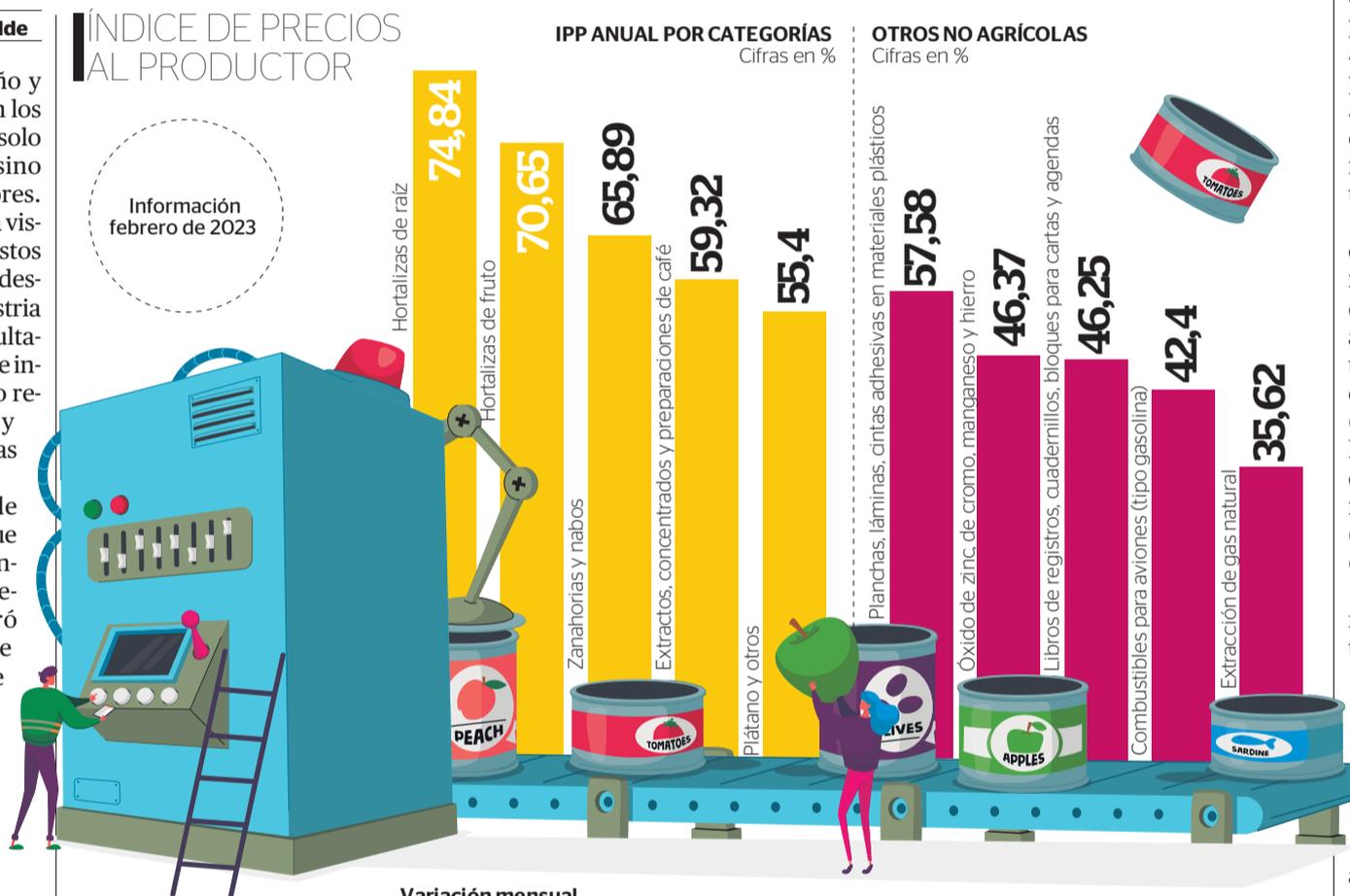
Eso quiere decir que los productores vienen arrastrando un incremento elevado de precios desde el año pasado, si se compara con la coyuntura de hace un par de años.

“Durante el último año y medio, la economía ha venido enfrentando un desbalance entre la oferta y la demanda”, explica Juan Camilo Pardo, analista de investigaciones económicas de Corficolombiana.

**En el IPP del agro, la mayoría de los insumos son importados. Ha sido un choque en maíz, soya, trigo, y los fertilizantes”.**

## ÍNDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR

Información febrero de 2023



### Variación mensual

Feb-22 **3,86%**

Feb-23 **1,15%**

### Variación año corrido

Feb-22 **9,15%**

Feb-23 **1,41%**

### Variación anual

Feb-22 **31,07%**

Feb-23 **13,17%**

Fuente: Dane

De acuerdo con Pardo, si se revisa la coyuntura global de hace un año, el precio de los fletes que transportaban contenedores seguía bastante elevado tras la pandemia; y existían algunas políticas proteccionistas de países como India o China para exportar insumos claves en algunas industrias, justamente por la preocupación de una oferta más escasa frente a la demanda, lo que afectó los precios de los insumos.

Según el economista, esta coyuntura se vio acrecentada desde febrero del año pasado, con la invasión rusa a Ucrania, uno de los principales jugadores en el mercado agrícola y de insumos, como la producción de fertilizantes.

“Eso explica los incrementos importantes en el IPP del agro, donde la mayoría de los insumos son importados. Ha sido un cho-

que de insumos en temas como el maíz, la soya, el trigo, los fertilizantes, en especial la úrea, y a eso se suma la devaluación en la tasa de cambio”, explicó Pardo.

De acuerdo con las últimas cifras del Dane, por sectores, el IPP de la agricultura, ganadería y pesca es el más alto, con una cifra de 20,49% para febrero en re-

lación al mismo mes de 2022. En la industria el incremento anual de los costos estaba en 14,92% en febrero y en la minería en 1,7%.

Además, la variación del IPP para los bienes producidos para consumo interno fue de 15,2%, a su vez que la de exportados se ubicó en 8,54%.

## El efecto de los costos en la inflación

El Índice de Precios al Productor (IPP) funciona como una herramienta para la detección de canales de transmisión inflacionarios, de manera que permite estudiar el comportamiento de los precios de los productos desde el momento en que ingresan a los canales de comercialización. De allí que, justamente,

los productos como los alimentos y bebidas, fuertemente ligados al comportamiento del agro, sean algunos de los que han visto un mayor incremento en sus costos en el último año. Para febrero esta categoría registraba una inflación de 24,14%, la más alta entre todos los rubros de la canasta

básica del consumidor colombiano. Entre los productos con una mayor inflación están algunos alimentos como la arracacha, el ñame y otros tubérculos, que han visto un incremento de 103,9% en un año, la cebolla, que se ha encarecido 75,7% o el arroz, que ha subido 48,4% en el último año.

## LOS PRODUCTOS

En relación al último año, varios de los productos que evidencian un mayor incremento en su IPP son los agrícolas, como es el caso de las hortalizas de raíz y bulbosas, con un incremento de 74,84% en sus costos de producción, o las hortalizas de fruto, con un aumento de 70,65% en su IPP.

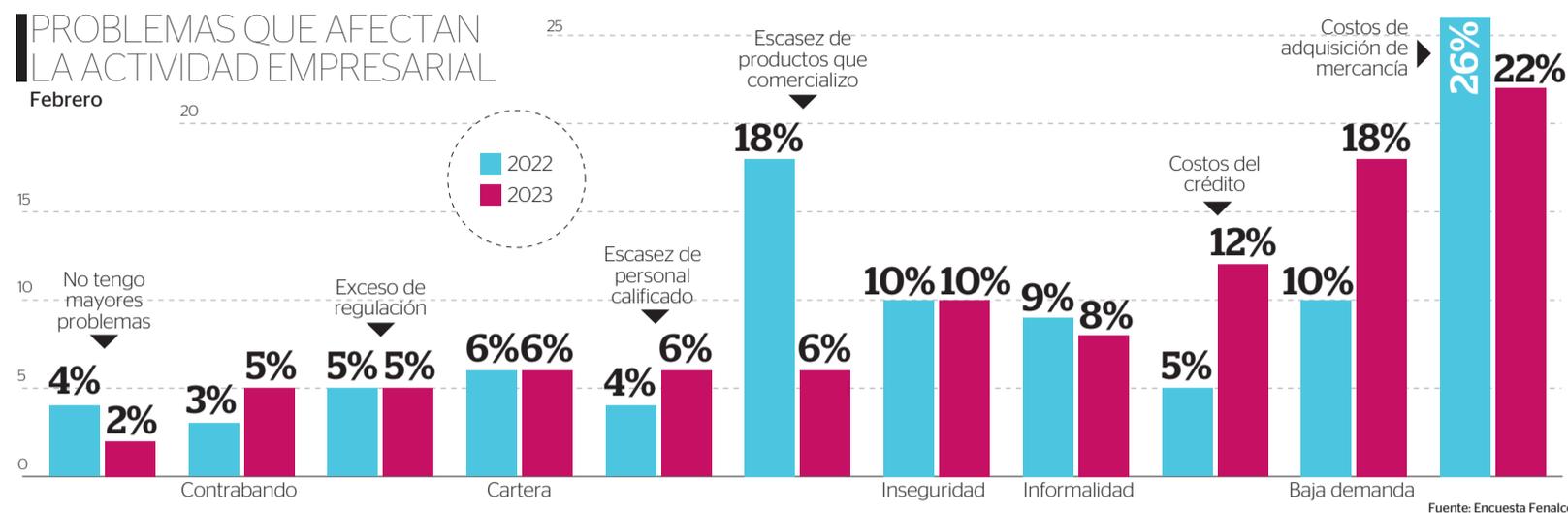
En las zanahorias y nabos el aumento ha sido de 65,89% y en los extractos, esencias, concentrados y preparaciones de café de 59,32%. Por el lado de los plátanos la variación es de 55,4%, en el azúcar refinada 52,57% y en las denominadas frutas de pepita y frutas de hueso, 48,57%.

Entre los productos agrícolas que más han incrementado sus costos de producción frente a hace un año destaca también el plátano (55,4%), la elaboración de azúcar y panela (45,26%), las frutas tropicales (42,34%), legumbres, secas (41,65%), los filetes y demás carnes de pescado (39,97%) y el arroz (38,95%).

Otras categorías que reflejan un aumento importante en los costos de producción nacional son las planchas, láminas, películas, cintas, tiras y otras formas planas adhesivas en materiales plásticos, con un aumento de 57,58% frente a hace un

año, También en se han encarecido como el óxido de zinc, peróxido de zinc; óxidos e hidróxidos, cromo y manganeso óxidos e hidróxidos de hierro; insumos a base de papel como los libros de registros o de contabilidad, cuadernillos de notas, bloques para cartas, agendas y artículos (46,25%) o el combustible para aviones, tipo gasolina (42,4%).

# Especial



## INVERSIÓN EN CARROS

El sector automotriz colombiano aún no supera los golpes de la pandemia. Aún no hay plena producción de autopartes y microchips y por ende les toca luchar para tener una oferta interesante en el país. Pese a ello, las ensambladoras del país crearon modelos para no parar la producción. Renault, que tiene una plataforma para varios modelos optó por solicitar sus pedidos y producir los modelos para los cuales tiene el paquete completo de piezas. Cuando éstas se acaban, han llegado otras de un modelo diferente que entra en producción y así conservan los empleos. Además, las dos grandes marcas, Renault y Chevrolet, hacen grandes inversiones en sus instalaciones.

# Los consumidores redujeron el volumen de sus compras



La estrategia de los compradores apunta a hacer optimizar el presupuesto. Por su parte, la oferta del sector automotriz sufre los efectos de la escasez.

Constanza Gómez Guasca  
César Augusto Giraldo B.

**PESE A QUE** las cadenas y los fabricantes han hecho sus esfuerzos por no trasladar todo el aumento de costos a los clientes finales, los consumidores de todas maneras han recibido el golpe y han adoptado medidas, siendo la más representativa bajar el volumen de las compras.

Y es que no es para menos: el más reciente estudio de Kantar, el colombiano ha incrementado el precio pagado en la canasta familiar un 46% en los últimos 3 años, lo que ha generado cambios en la manera de comprar. A lo largo del año pasado sintió el impacto por el alza de precios y tuvo que disminuir su volumen de compra para lograr eficiencias en su presupuesto.

El estudio dice que la canasta básica del hogar fue la más afectada en volumen dado que hubo abandono de categorías y disminución de frecuencia de compra. Y se advierte también que la de Cuidado personal continuó su proceso de recuperación y lo referente a aseo se mantuvo estable.

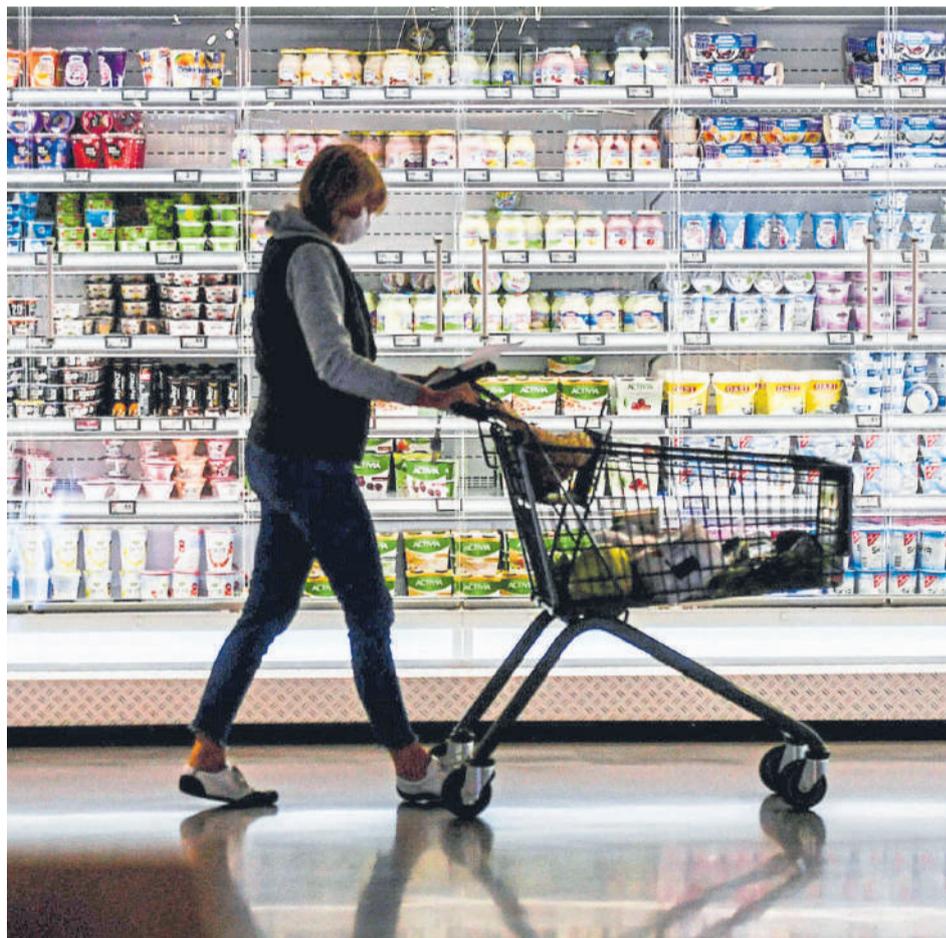
“El comportamiento del consumidor revela la priorización de la alimentación, sacrificando su consumo



**La canasta básica del hogar fue la más afectada en volumen ya que hubo abandono de categorías y disminución de frecuencia de compra”.**

de lácteos ante los fuertes incrementos de precios: su importancia en volumen cae de 24% a 22% entre 2021 y 2022. Además, indica que dentro de los productos que espaciaron la compra el pan artesanal (-25%) es el más afectado.

Respecto a los sitios de compra, el consumidor también actúa distinto. Kantar anota que como la frecuencia de compra en el canal Tradicional disminuyó en un 15%, los más beneficiados fueron los *Discounters* con un aumento del 20% y en el canal Moderno, donde Cadenas independientes llegaron al 11% del gasto del hogar.



Las tiendas de descuento han sido las más beneficiadas por los cambios en el consumo. iStock

Según el estudio que se llama Consumer Insights Q4'2022, Kantar, las marcas tendrán un mayor desafío para generar crecimiento.

“Las industrias deben tener en cuenta los siguientes

3 aspectos: nuevos consumidores de las categorías gastan más, la mayoría de los *shoppers* solo adquieren una marca una vez al año y la base de clientes de un producto está en constante cambio”, advierte.

### DETRÁS DEL CLIENTE

Camilo Herrera, CEO de Raddar, señala que a la hora de hacer un balance sobre el impacto de los altos costos de las materias primas y de la inflación en el consumo se ha presentado

un trabajo a fondo de fabricantes y comerciantes para evitar que todo se traslade a los compradores.

Y así lo han presentado las empresas, en beneficio de sus propios resultados. Por ejemplo Grupo Nutresa, dice que, por un lado, gestionó estas circunstancias a través de coberturas de insumos y estrategias de abastecimiento oportuno y eficiente y, por otro, que en el rubro de gastos operativos se evidencia la gestión orientada hacia productividad y eficiencia.

A su turno, en su balance del 2022, lo propio señalaba el Grupo Éxito. “Los esfuerzos para mejorar la productividad y eficiencia de la operación en Colombia, se vieron reflejados en actividades que permitieron mantener los precios de alimentos de Grupo Éxito, 7,7 puntos porcentuales por debajo de la inflación de alimentos del país”, dijo.

Todo indica que en el 2023 las estrategias tendrán que mantenerse teniendo en cuenta que los consumidores siguen cautelosos y con restricciones en el gasto. Eso, sumado, a que los costos en la adquisición de mercancías y materias primas sigue siendo un ‘dolor de cabeza’ para las empresas (Ver gráfico anexo). @

**Especial**

# Recortar porciones, entre las estrategias de los restaurantes



Por el lado de los bares, el gremio, Asobares, afirma que han tenido que subir los precios para sopesar el alza de las bebidas alcohólicas y el tabaco.

**Johana Lorduy**

**UNO DE** los sectores que se ha visto afectado por cuenta de la alta inflación y de los costos ha sido el gastronómico. Y es que de acuerdo con el Dane, el índice de precios al consumidor en el rubro de restaurantes y hoteles (este último ligado al sector gastronómico) tuvo un incremento del 18,77% en febrero de 2023 con relación a febrero de 2022.

Pero la inflación no ha sido el único ingrediente que ha ganado relevancia en el menú de los restaurantes, ya que, según Guillermo Henríque Gómez París, presidente ejecutivo nacional de Acodres, (Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica), el regreso pleno del imoconsumo, los precios de los servicios públicos y de arriendos, así como la resolución 2013 de 2020, que afirma que no se pueden comercializar 59 insumos de cocina, están impactando las ventas.

“Con todo este cúmulo de costos, llega a empeorar el panorama”, comenta Gómez.

Por el lado de las ventas, según el líder de la Acodres en enero de este año se registró una caída del 25%, en

**VOCES DEL SECTOR****GUILLERMO GÓMEZ**  
Presidente de Acodres

“Llega a empeorar el panorama los incrementos que propone el proyecto de reforma laboral”.

comparación con las ventas de enero del 2022.

Y si bien no se conoce el consolidado de febrero y marzo, Gómez afirmó que sí se evidencia un deterioro en ventas superior a enero. “Si abril y el resto del año resulta tan lluvioso como lo proyecta el Ideam, y si se mantiene la inflación hasta 2024, como los indican análisis de organismos multilaterales, la industria gastronómica se estaría enfrentando aun panorama de incertidumbre muy fuerte, ya que

**Las categorías que tuvieron más incremento de precios**

En el informe de Acodres, en conjunto con la plataforma Cluvi, con la participación de más de 1.200 restaurantes, se destacó que el 66% de los establecimientos digitalizados realizaron aumentos en los precios de sus productos en enero de 2023, generando un alza del 14,5% en los precios, frente a enero de 2022,

cuando el incremento se ubicó en 13,9%. En total, 25 categorías fueron afectadas por el incremento de precios el pasado enero. Entre los productos que más tuvieron cambios de precios en enero se destacan: comida rápida, soft drink, destilados, carnes, vino, saludable, comida de mar, cerveza, panadería y pastas.



los costos y la imposibilidad de compensarlos vía venta, estrechan cada día la posibilidad de ingresos”, agregó Gómez París.

Entre las estrategias que han empleado para contrarrestar la situación, el líder de Acodres precisó que los establecimientos se han visto “forzado a subir precios, recortar porciones y a sustituir calidad de insumos para mantener las ventas vía precios. Ambas opciones son lesivas para nuestro sector”, agregó.

Al consultar con establecimientos que venden el popular corrientazo, muchos manifestaron a Portafolio que han tenido que reducir porciones a la hora de servir sus menús, que han tenido que cambiar sus cartas y hasta prescindir de ingredientes.

Otra de las estrategias que han empleado los restaurantes, desde el 2022, para atraer a más comensales son las promociones.

De acuerdo con un informe de Acodres, en conjunto con la plataforma Cluvi, durante el 2022 se registraron más de 12.820 promociones en los más de 1.200 restaurantes que participaron en la muestra. Asimismo, se evidenció un total de 19 promociones al año por restaurante, lo que se tradujo en 1,5 promociones al mes. Los platos más empleados para las promociones fueron: sushi (6.180), carnes blancas (1.038), hamburguesas (1.017), y carnes rojas (317).

Frente a los puestos de trabajo, hay que destacar que según cifras del Dane, el rubro de Alimentos y alojamiento no ha logrado recuperar las cifras de empleabilidad que reportaba en 2020, ya que en ese año, la cifra a enero era de 1,71 millones, mientras que la de 2023 se ubica en 1,59 millones de trabajadores.

Por el lado de Asobares,

Camilo Ospina Guzmán, presidente de la Junta Directiva de Asobares, ha señalado que los empresarios de la noche están enfrentando “muchas dificultades”, ya que se ha sumado la alta inflación, los costos fijos y el costo del personal.

“Un 77.97% de los establecimientos reportaron una reducción de sus utilidades; esto se debe principalmente al aumento de los costos de personal (aumento del salario mínimo del 16%), costos fijos (canon de arrendamiento creció entre 13.12% y un 18.12%), inflación anual de alimentos y bebidas no alcohólicas fue en enero de 2023 del 26.2% y de bebidas alcohólicas y tabaco de un 9.18%. Además las altas tasas de interés tanto para consumidores (tarjetas de crédito promedio 42%) como para líneas de crédito empresariales son otra dificultad para la sostenibilidad económica”, explicó Ospina.

Frente a la subida de los precios y a los ingresos que está percibiendo los empresarios, Ospina apuntó que el 67,8% de los establecimientos han subido precios, además que durante enero el 50,85% de las empresas reportaron una reducción de sus ingresos de más del 5% con respecto a diciembre de 2022 y un 52,54% con respecto a enero de 2022.

“Esto es algo preocupante. Y si se mantiene esto generaría una contracción en el sector a nivel laboral, de pérdidas de unidades productivas y de tejido social y económico en sectores afines como el artístico, Djs, logística, bartenders y chefs invitados entre otros que se impactan”, comentó el presidente de la Junta Directiva de Asobares. ☞



**“Es preocupante. Y si se mantiene esto generaría una contracción en el sector a nivel laboral y económico en sectores afines como el artístico”.**

# Especial

## Los constructores entregarían viviendas con menos acabados



El sector tuvo un alza anual a enero en los costos de los materiales del 14,6%, por esto buscan estrategias para finalizar proyectos, sobre todo VIS.

Paula Galeano Balaguera

**EL ALZA** en los costos se han convertido en un dolor de cabeza para los empresarios. Seguir trabajando, asumiendo estos aumentos y tener rentabilidad, ha hecho que indiscutiblemente los precios suban.

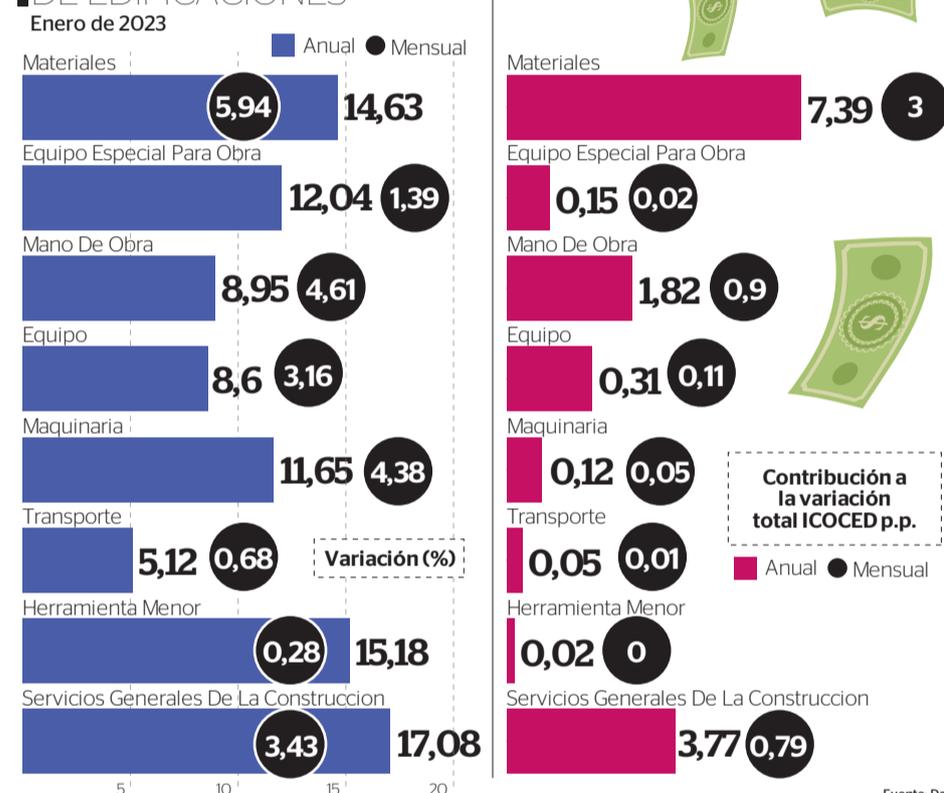
Y si bien esto es posible en muchas compañías, en algunos sectores, de querer ingresar a un mercado, existen barreras financieras que imposibilitan de manera legal aumentar los precios.

En el caso de los constructores, aquellos que edifican en el sector de Vivienda de Interés Social (VIS), bajo la ley tienen un tope de cobro de estos proyectos (150 Smmlv), valor que se modifica únicamente de manera anual.

Por tal motivo, con subidas en los costos que superan el doble dígito anual y van entre el 3% y 7% mensual, las constructoras han tenido que empezar a ser cautelosas y optimizar sus recursos.

Según Luis Díaz, presidente de Oikos, para poder culminar los proyectos del segmento VIS, optimizar

### AUMENTO EN LOS COSTOS DE EDIFICACIONES



costos ha sido la fórmula ganadora.

“Venimos buscando productos que sean nacionales o que tengan menos costos en el mercado internacional, y esto ayuda a compen-

sar los costos en los cierres financieros”, dice Díaz.

Además, el empresario argumenta que en la canasta de insumos, los precios del cemento y los acabados, son los que más han aumentado en lo corrido del año.

“Los acabados son importantes. Por eso hemos mirado entregar los apartamentos con menos acabados, algo muy básico y que los compradores después los

terminen”, remarca.

Marval ha sentido el mismo impacto, incluso ha dicho que en sus cuentas, el costo de construir una vivienda ha aumentado 26% a este año, lo que ha tocado fuertemente sus finanzas.

“Por esta razón, en algunos proyectos que tenemos en desarrollo no existe rentabilidad y en algunos, ni honorarios, esto agravado por los altos costos del fondeo del crédito constructor. Pensado en esto, estamos trabajando cada día en industrializarnos más para aumentar la productividad de la empresa”, dijo Sergio Marín Valencia, gerente general de la constructora.

Mientras algunas empresas consideran procesos de una mayor industrialización, otras buscan mediante diálogo llegar a acuerdos o generar alianzas de largo tiempo lo que si bien puede generar sobre costos momentáneos, a largo plazo esta dinámica se traduce en ahorro.

“En Constructora Capital gracias a las relaciones de confianza que hemos construido con nuestros proveedores y la forma en que gestionamos nuestro abasteci-

miento, podemos lograr algunas eficiencias que nos permiten contrarrestar en cierta medida estas situaciones externas”, dijo Pablo Echeverri, CEO de la constructora.

Vale recordar que los materiales de construcción si bien acumulan un alza de 14,6% en enero de manera anual, los servicios generales de la construcción ya acumulan una subida de 17%, siendo el rubro que más escaladas presentó este mes.

Además, otros renglones como herramienta menor ya registran un aumento en sus precios de 15,1%, el equipo especial para la obra de 12%, la maquinaria 11,6%, la mano de obra 8,95%, el equipo 8,6% y el transporte 5,1%.

Es así que las empresas constructoras, temerosas de desistir de los proyectos, buscan ser creativos con el gasto que tienen y más previniendo cambios en materia legal sobre los toques del precio de VIS que se debaten en el PND.👉



**En algunos proyectos que tenemos en desarrollo, no hay rentabilidad ni honorarios, esto agravado por los altos costos del crédito”.**

## Subir las tarifas es inevitable para los hoteleros

Paula Galeano Balaguera

**DESDE QUE** las fronteras se abrieron nuevamente, el sector hotelero ha tenido una notable recuperación con la llegada de más viajeros a sus destinos.

Sin embargo, cuando el sector parecía llegar niveles del año 2019, la inflación, la

devaluación, el regreso del IVA del 19% y las tasas de interés se convirtieron en la nueva pandemia del sector.

En el caso de las grandes cadenas, que sobre todo reciben turistas extranjeros, han podido sopesar estos costos con una subida en sus tarifas ya que su *target* se lo permite.

“Nuestro producto ya está invertido, por eso podemos ver qué hacer todos los días y cómo se puede vender cada día es una realidad, por eso ajustamos y verificamos los precios de las habitaciones diariamente”, señaló Juan Corvinos, vicepresidente regional de desarrollo de Latinoamérica.

Si bien pueden contar con la facilidad para subir tarifas, a la hora de invertir, los créditos son un gran reto.

“Estamos luchando mucho contra las tasas de interés altas, en Marriott construir un proyecto nuevo desde los diseños veíamos



**Nuestro producto ya está, y hay subidas, es una realidad. Por eso ajustamos y verificamos los precios de las habitaciones diariamente”.**

que tomaba un año y medio, y ahora toma por lo menos dos”, dijo Bojan Kumer, vicepresidente regional de desarrollo de Marriott.

Y es que disminuir costos que no es una opción, según Camilo Bolaños, vicepresidente de desarrollo para Latinoamérica de Hyatt, el cinturón ya se apretó lo suficiente y no pueden ajustarlo más.

“No podemos negociar con el buen servicio y los buenos productos como pasó en aquel entonces, no es opcional, así luchamos también con esta situación”, señaló.

Caso contrario ocurre en el segmento local, que al albergar más turistas domésticos, se ha convertido en un reto no trasladar los costos extras a las tarifas.

“Lo que más impacta es el aumento del salario, el incremento en el valor de los alimentos impacta el valor del desayuno el cual está incluido en la tarifa. El aumento en la energía y servicios públicos”, dijo Paula Morales, directora de Mercadeo de Germán Morales Hoteles.

Esto se suma el impacto del IVA del 19% que ya muestra una baja en las reservas frente 2022.

# Aumento en los insumos mantiene en ascuas la producción agropecuaria



Sectores sugieren, ante el incremento de los costos de producción, nuevas políticas que mitiguen el impacto.

Diana K. Rodríguez T.

**LAS SITUACIONES** económicas coyunturales han venido afectando al agro en materia de costos. La volatilidad del dólar, el clima y la inflación ha generado dificultades en las cadenas de producción y en los sistemas alimentarios del país.

Para el panorama agrícola, una de las principales afectaciones en materia de costos ha sido el aumento en el precio de los fertilizantes, como consecuencia del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania.

De acuerdo con el CEO de Yara, Svein Tore, la guerra y el alto precio del gas ha endurecido los valores de las materias primas y de los fertilizantes en el mundo. “Las dificultades fueron en los costos de los fertilizantes, de la comida y de la producción en general que estuvieron afectados directamente”, dijo el CEO.

Cabe destacar que Tore recalcó que dado los hechos coyunturales, la producción mundial de fertilizantes también se redujo el año pasado.

Ahora bien, de acuerdo con Corficolombiana, este problema de los insumos se refleja directamente en los costos de producción de los principales productos del agro, entre los que se destacan la carne, el arroz, los huevo, la leche y las frutas.

Según la entidad, si bien el 85% de la oferta total de los insumos se genera a nivel local, las principales materias primas de producción tienen un componente importado mayor al 80%.

Igualmente, el exministro de Agricultura Andrés Valencia indicó que el año pasado las importaciones de fertilizantes fueron de 1,7 millones de toneladas.



Los costos de producción continúan creciendo y permanecen en niveles altos. CEET

## LAS SOLUCIONES DEL AGRO

Llevando la mirada hacia los cultivos específicos del agro, desde el sector ganadero, José Félix Lafaurie, presidente de Fedegán, manifestó que el aumento de

los costos ha tenido un impacto “muy duro” en el agro colombiano, especialmente en aquellos sectores que tienen que fertilizar.

“Yo creo que los costos no han bajado y tampoco

creo que vaya a crecer la oferta de bienes agroalimentarios. Por consiguiente considero que el tema de la inflación no va a ceder”, dijo el dirigente gremial.

El líder ganadero, indicó

que específicamente en la ganadería, los impactos de estos costos son menores, salvo lo que es pastura, teniendo en cuenta que es un sector que no consume muchos fertilizantes.

De acuerdo con Lafaurie, se ha sostenido que para el comienzo de las aguas, teniendo en cuenta que las lluvias también afectan los costos de producción, se deberían estimular vía créditos o planes de acción focalizados en los bienes agroalimentarios que tienen un impacto importante en la canasta básica de los alimentos.

De igual forma, desde el gremio de los exportadores de café, Gustavo Gómez, presidente de Asociación Nacional de Exportadores de Café de Colombia (Asoexport), manifestó que la volatilidad del dólar y la inflación ha hecho que los costos de comercialización se aumenten.

Según el presidente, hay incremento en los fletes terrestres, por aumentos naturales de los combustibles. Este hecho hará que se vean subidas para 2023 en exportaciones.

“Los costos de producción también impactan. Cuando crecen los costos, los productores tienen un valor mínimo para vender. Además, en el café el precio lo fija la bolsa. Es por esto que los márgenes se vuelven más estrechos porque el cliente no está dispuesto a pagar la subida, lo que afecta la rentabilidad”, explicó Gómez.

Sin embargo, según la cabeza de los exportadores, actualmente se está de optimizando la operación y siendo más eficiente con los gastos para contener los altos costos en los productos agrícolas.

Desde el sector de los aguacates, también se estima que situaciones como la guerra entre Rusia y Ucrania, la volatilidad de la tasa de cambio y el aumento en el precio de agroinsumos, han generado grandes impactos en el sector agrícola.

Jorge Enrique Restrepo, director ejecutivo de Corpohass, manifestó que en 2022 el alza llegó al 29,4%, y fertilizantes como la urea, utilizado en el cultivo de aguacate hass, encabezaron este aumento que impactó los costos.

“Creemos que Colombia, a través de la implementación de nuevas políticas,



Se deberían estimular planes de acción focalizados en los bienes agroalimentarios que tienen un impacto importante en la canasta básica”.

puede reducir la alta dependencia que actualmente tiene de insumos importados, al aumentar la producción local de estos. En nuestro sector, para hacer contrapeso a estos costos, algunos exportadores prefieren vender la fruta en mercados europeos, que tienen mejores precios de importación” dijo.

## EL SECTOR MÁS AFECTADO

Una de las cadenas de alimentos más afectadas por los altos costos de producción, ha sido el sector lechero.

Con base en datos de la Asociación de Productores de Leche (Analac), el índice de precios al productor de leche (IPPL) continuó su incremento en el inicio de 2023, mostrando en febrero una variación de 6.35% frente al cierre de 2022.

“Los costos de producción continúan creciendo y permanecen en niveles históricamente altos”, manifiestan en un boletín.

Igualmente, explican que en Colombia, con corte a enero de 2023, el precio al productor de leche creció 2,3% frente a la culminación de 2022 ubicándose en promedio en \$2.297 para la región 1 y \$2.123 para la región 2.

A su vez, Felipe Pinilla, presidente de Analac, aseguró que el alza en costos continúa, aún sin muestra clara de frenar o revertir la tendencia.

“En el sector se ve el esfuerzo de los productores por ir cada vez más a los detalles de su proceso productivo en búsqueda de puntos en donde se pueda optimizar o encontrar alternativas que controlen costos y mantengan la producción”, dijo la cabeza de los productores de leche. ☺

# Especial

## Gobierno contra electricidad: los intentos por bajar tarifas



A pesar de que se han tomado varias medidas al respecto, lo cierto es que el servicio sigue subiendo mes tras mes. En enero su variación fue 1,04%.

Daniela Morales Soler

**LA INFLACIÓN** anual del país se ha enfrentado a incrementos a doble dígito desde hace algunos meses. Uno de los grandes impulsores de este comportamiento ha sido el costo de la electricidad, que a febrero se ubicó en 19,5%.

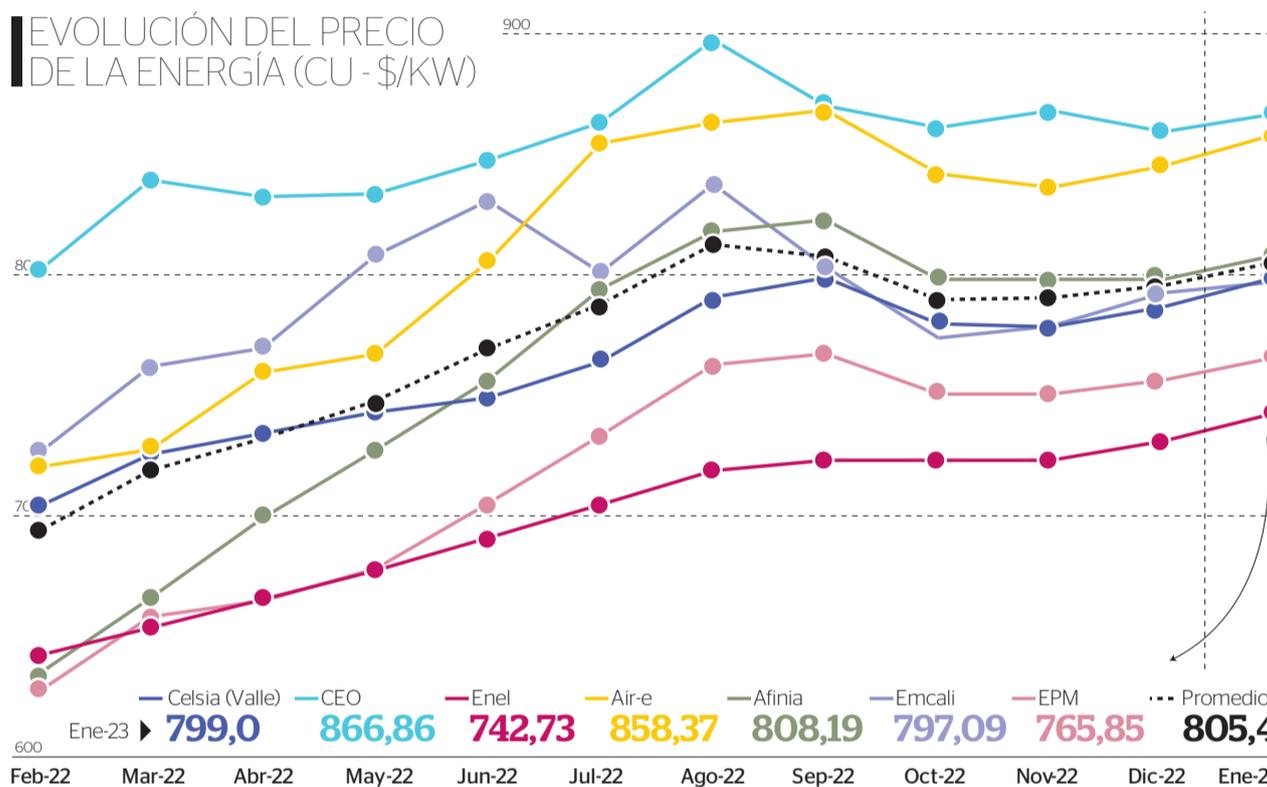
Esto llevó a que el Ministerio de Minas y Energía haya promovido una serie de medidas para disminuir el precio del kilovatio del servicio público. En un primer momento lanzó el Pacto por la Justicia Tarifaria.

Este incluía tres resoluciones de la Comisión de Regulación de Energía y Gas, así como medidas voluntarias de las compañías generadoras para reducir el efecto de los indexadores sobre el costo del kilovatio.

Dentro de las resoluciones se definía el uso del menor indexador entre el IPC e IPP (Índices de Precios al Consumidor y al Productor, respectivamente), con el fin de que las variaciones en el incremento mensual de algunos componentes de la factura no tuvieran alzas muy fuertes. Sin embargo, ambos índices han venido en constante alza, con lo que el IPP sumó en el año 21,8% mientras que el IPC alcanzó 13,12%.

En su momento, el Ministerio estimó que las reducciones podrían oscilar entre 4% y 8%. Sin embargo, este no fue el caso. Por ejemplo, en noviembre, el promedio del kilovatio vendido en el país fue de \$779,1, con un aumento de 0,84% frente a los \$772,7 que se habían registrado en la facturación de noviembre.

Y esta tendencia ha seguido presentándose (véase gráfico). La variación mensual del servicio eléctrico en enero frente a diciembre siguió mostrando alzas, con un promedio del kilovatio.



Pérdidas en enero						
Celsia (Valle)	CEO	Enel	Air-e	Afinia	Emcali	EPM
59,41	60,92	58,08	192,95	162,48	65,55	62,49
Participación de las pérdidas (%)						
Celsia (Valle)	CEO	Enel	Air-e	Afinia	Emcali	EPM
7,44	7,03	7,82	22,48	20,10	8,22	8,16

Fuente: Superintendencia de Servicios Públicos

**En su momento, el Ministerio estimó que las reducciones podrían oscilar entre 4% y 8%. Sin embargo, este no fue el caso”.**

De acuerdo con la información de la Superintendencia de Servicios Públicos, el promedio fue de 1,04% para el estrato 4.

Esto llevó a que el Gobierno buscara otras alternati-

vas, para afrontar los altos precios. Una de estas fue el decreto 0227 del 16 de febrero 2023 con las que se le daba al presidente Gustavo Petro la posibilidad de asumir funciones regulatorias de la Creg.

Sin embargo, la Sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado decidió suspender provisionalmente el decreto.

Por el momento el órgano judicial no ha tomado una decisión de fondo, a pesar de lo cual este camino no será viable por el momento, con lo que el Gobierno ha buscado otras maneras.

Se esperaba que en el Plan Nacional de Desarrollo aparecieran artículos con medidas al respecto. Sin embargo, la decisión fue emitir un proyecto de

decreto que contempla varias medidas, que abarcan desde la generación hasta la comercialización del servicio público.

El primer punto está relacionado con la valoración de los recursos. Como la matriz de generación es principalmente hídrica, esto significa que un cambio sobre este afectaría una gran parte de la conformación de los precios desde el componente de generación.

“Se han identificado temporalidades en las que no se tiene una señal de condiciones de escasez del recurso hídrico por parte del Ideam, pero se observan variaciones de precio en bolsa que no reflejan tal situación”, dice la memoria justificativa.

Esto llevó a que la cartera propusiera que a Creg gene-

**El gobierno está buscando la creación de un indexador propio y nuevo para el sector, que aisle factores que no le afectan”.**

re una serie de reglas con criterios como valoración a mínimo costo de las ofertas de generación cuando correspondan al cumplimiento de los caudales mínimos ambientales; valoración a

mínimo costo de la generación por seguridad cubierta con recursos hídricos y valoración máxima del costo de oportunidad de los recursos hídricos cuando desplazan recursos térmicos por mérito, entre otros.

Ahora bien, este es uno de los múltiples cambios que se harían, dado que la resolución cuenta con 10 artículos, que abarcan también la comercialización, al tener en cuenta temas como la exposición a bolsa.

### LOS EFECTOS

Las disminuciones en el precio de la electricidad se dieron efectivamente por algunos meses.

Después de haber tenido un pico en agosto, el precio del kilovatio (para estrato 4) tuvo una ligera caída. No obstante, esta tendencia se revirtió rápidamente y no ha dejado de aumentar el promedio mes tras mes. En enero, el promedio llegó a \$805 por kilovatio, tras un alza de 1,04% según la Superintendencia de Servicios Públicos. Los datos con corte a febrero aún no están disponibles en la entidad, con lo que estas últimas variaciones no han podido ser consultadas por Portafolio.

Ahora bien, en febrero el precio promedio del kilovatio vendido en bolsa aumentó hasta \$533,70.

Este alto precio podría significar nuevas alzas en las facturas en los próximos meses. Esto dependerá del nivel de exposición a la bolsa que tengan las compañías.

Natalia Gutiérrez, presidenta de Acolgen, estima que a nivel general, el impacto del valor de bolsa se refleja en 6% de los cobros al usuario final.

Esto, aunado al hecho de que tanto el IPC como el IPP siguen teniendo incrementos mes tras mes, van a significar que no va a haber alivios en este sentido.

Es por este motivo que el gobierno está buscando la creación de un indexador propio para el sector, que aisle factores que no le afectan.

De esta forma, las variaciones serían más moderadas y reflejarían realmente el ritmo al que se debería incrementar la facturación para retribuir los incrementos en costos de la cadena.

Por el momento, se siguen buscando salidas para controlar los incrementos en el servicio público. ☞

**Especial**

# Inflación y tasas no permitieron unos mejores dividendos a los accionistas



En un panorama de mayores costos, las compañías trataron de ser prudentes.

**Economía y Negocios**

**LA ALTA** inflación que se viene presentando desde hace un poco más de un año y los mayores costos de financiación han afectado a las empresas, por lo que los dividendos, es decir el reconocimiento a los accionistas por su inversión, se han visto afectados.

Pero a esos elementos habría que sumarle otras variables que afectan la dinámica de las empresas como la incertidumbre política y la devaluación del peso.

De acuerdo con Camilo Herrera, CEO de Raddar, ante el alto aumento de precios el año pasado y el mucho más alto aumento de costos de producción, “las empresas hicieron unos esfuerzos en productividad y competitividad impresionantes”. Para el analista, esto se puede ver en mayores ventas, con alguna distorsión por los aumentos de

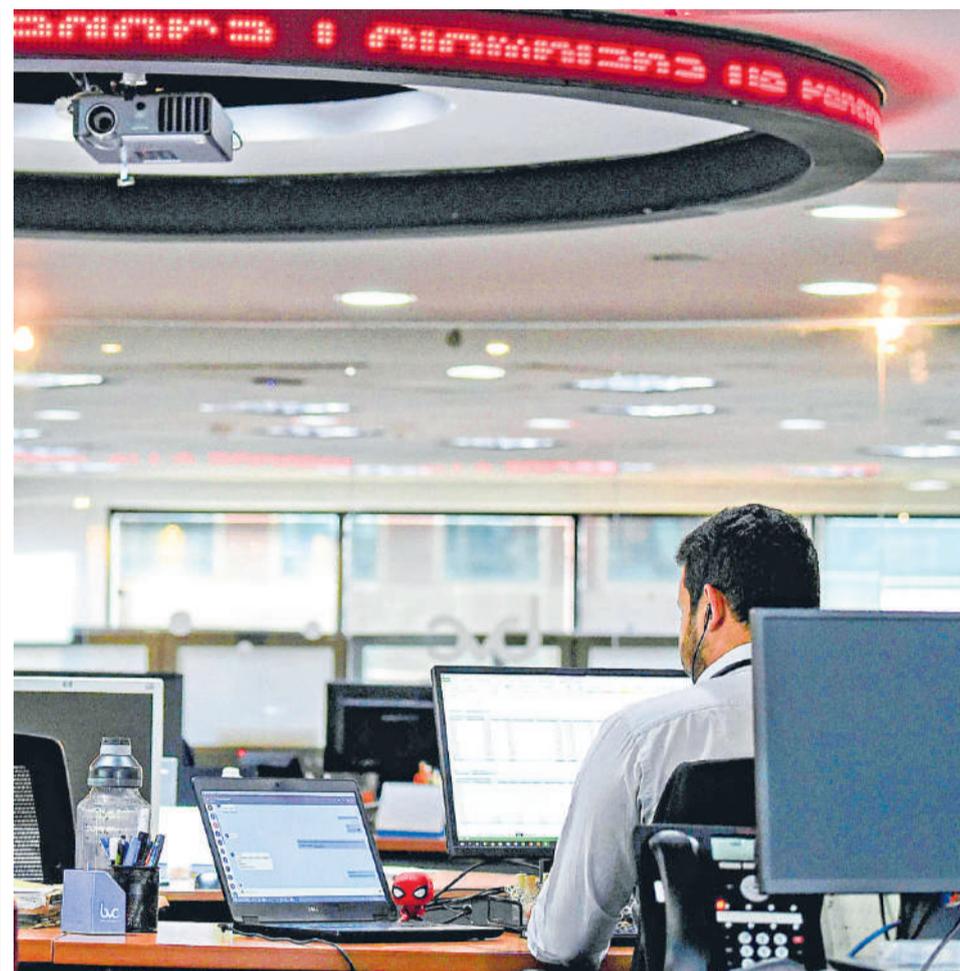
precios y las rentabilidades que obtuvieron, más en unas industrias que en otras. Considera que las empresas tuvieron un buen 2022 con un aprendizaje importante en el manejo de la inflación y de aumento de costos. Ecopetrol obtuvo ingresos por

**Los dividendos de las acciones durante este año se están viendo bajitos. Tal vez los de Bancolombia, con una rentabilidad por encima del 10%, son atractivos”.**

\$159,5 billones, un incremento de 73,8%, mientras que la utilidad tuvo un alza considerable hasta los \$33,6 billones y duplicó la del 2021 (\$16,7 billones). El proyecto de distribución de utilidades propone un dividendo ordinario de \$487 por acción, equivalente a un porcentaje de beneficio del 60% de la utilidad neta. Así mismo, plantea un dividendo extraordinario, de naturaleza excepcional, del 13% equivalente a \$106 por acción. Es decir, la compañía pagaría un total de dividendos de \$593 por acción.

Grupo Argos reportó en 2022 resultados históricos con ingresos por \$21,3 billones, 31% más que en 2021 y el crecimiento de la utilidad neta fue de 19%, con \$1,4 billones.

La empresa entregaría un dividendo de \$575 por acción ordinaria y acción preferencial, lo que representaría un aumento del 15%



El pago propuesto de dividendos de Ecopetrol no fue el que muchos habían considerado. AFP

anual teniendo en cuenta, además, que sólo el año pasado la compañía aumentó un 30% sus dividendos frente a 2021.

Cementos Argos, registró también un máximo histórico en términos de ingresos consolidados, con \$11,7 billones que representan un crecimiento del 23,7% frente al 2021. La firma repartiría unos \$700.000 millones en dividendos, lo que representaría un aumento del 80%.

Bancolombia registró unas utilidades de \$6,78 billones en 2022 frente a los

\$4,1 billones de 2021. El patrimonio cerró en \$39,1 billones y además desembolsó \$141 billones en créditos y repartirá dividendos por \$3,4 billones. Por su parte, Grupo Sura registró un aumento de la utilidad neta controladora anual de 47% para ascender a \$2,1 billones, cifra que superó la proyección de crecimiento entre 10% y 15%. El dividendo propuesto es de \$1.280 por título, un 63% más que en 2022.

Arnoldo Casas, Director de Inversiones de Credicorp Capital Asset Manage-

ment, considera que los dividendos han estado acorde con las expectativas, aunque ha habido algunas sorpresas por lo bajo, como Ecopetrol.

Édgar Jiménez, profesor de Finanzas de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, considera que “los dividendos se están viendo bajitos, tal vez los de Bancolombia con una rentabilidad por encima del 10%, son atractivos”. Dice que una rentabilidad por debajo del 10% no parece muy atractiva, al considerar la inflación anual por encima del 13%.

## Alza de gastos golpea a la salud, pero el sector se mantiene

Claudia M. Quintero Rueda

**LA PANDEMIA** trajo consigo el cierre comercial de algunos países y esto generó efectos directos en la economía mundial, debido al difícil acceso a materia primas para producir. El sector de la salud no fue la excepción y también se vio golpeado por el fenómeno.

Según el Índice de Precios del Productor (IPP) del Dane, la variación anual de

los medicamentos con corte a febrero del 2023 fue del 15,36%. De otros artículos farmacéuticos fue del 21,95%.

Pero este suele ser uno de los sectores protegidos, porque se trata de un derecho fundamental que se debe garantizar. En ese sentido, desde el Ministerio de Salud y Protección Social se regulan los precios de los medicamentos para “garantizar el acceso al público”.

Lo anterior, hizo que las farmacéuticas y otros actores del sector tomaran medidas para no bajar tanto su margen de utilidad y no afectar a los usuarios. Aún así, según menciona el Dane, el Índice de Precios del Consumidor (IPC) muestra que la variación mensual a febrero del 2023 fue del 1,26% y la anual fue del 20,38%.

A partir de las cifras, se puede concluir que los usuarios sí vieron un aumento

### AUMENTO DE COSTOS EN EL SECTOR SALUD

Var. anual en febrero (%)

**IPP DE LA CATEGORÍA**

Medicamentos

15,36%

21,95%

Otros artículos farmacéuticos

**IPC DEL SECTOR SALUD**

1,26%

Variación mensual feb. 2023

10,38%

Variación anual feb. 2023

Fuente: Dane

en los precios, pero el golpe de los costos fue más fuerte.

En cuanto a las EPS, los pagos que ellas realizan están definidas por normatividad. Es decir, por la Unidad de Pago por Capitación (UPC), que es el valor anual que se reconoce por cada uno de los afiliados al sistema general de seguridad social en salud.

Desde las entidades que venden planes en salud, mencionan que los planes en salud sí han tenido incrementos significativos, por el impacto de los costos, pero se han tenido que ajustar internamente para no generar un impacto tan negativo en los usuarios.