

Economía

Las petroleras privadas también atraviesan su mala hora por la crisis

DÍA 139 CUARENTENA
CORONAVIRUS

La caída en el precio del barril y la pandemia llevó a estas compañías a registrar pérdidas.

LA CAÍDA en los precios del petróleo y la pandemia, que disminuyó la demanda de combustibles en el mundo, derivó en pérdidas y menor producción de las petroleras privadas con operación en el país al cierre del segundo trimestre.

Para Francisco José Lloreda, presidente de la Asociación Colombiana del Petróleo (ACP), debido a la crisis de precios la operación se contrajo significativamente. “Esperamos que la cotización se siga estabilizando y, a su vez, se adopten medidas que incentiven la operación en el corto plazo, ya que es la única forma de aportar a las reservas y garantizar los recursos energéticos”, aseguró el dirigente gremial.

Una de las petroleras que registró decrecimiento en operación y utilidades por la coyuntura es Gran Tierra Energy, la cual reportó una pérdida neta de US\$371 millones. Las ventas de petróleo y gas fueron de US\$34 millones, un 61% menos que los US\$86 millones del trimestre anterior, y el Ebitda ajustado fue de US\$18 millones, en comparación con US\$35 millones registrados entre enero y marzo del presente año.

Y la producción promedio fue de 20.165 barriles de petróleo por día (bpd), un 32% menos que el primer trimestre de 2020.

“Debido a un deterioro monetario en las propiedades de petróleo y gas como resultado de precios de crudo significativamente más bajos, se presentaron los resultados”, señaló la compañía en un comunicado y subrayó que “se tomaron medidas para proteger el balance y la liquidez”.

Otra de las petroleras privadas que presentó una caída en sus números en el segundo trimestre por los precios y la pandemia fue GeoPark, cuyos ingresos regis-



Caída en utilidades de las petroleras en el segundo trimestre supera el 60%. Esta semana otras presentarán sus resultados.

trados fueron de US\$45 millones, un 70% menos en comparación con los US\$147 millones reportados en el mismo período del 2019. Además, las ventas de petróleo y gas decre-

cieron al pasar de US\$148,2 millones a US\$45 millones.

Así mismo, el Ebitda ajustado pasó de US\$100,1 millones (segundo trimestre 2020) a US\$28,4 millones (segundo trimestre 2019). “Se gestionó con éxito uno de los peores, más severos y más complejos colapsos en la historia de nuestra volátil industria, manejando, entre tanto, una pandemia global, extensas cuarentenas, cambios bruscos en el mercado e impredecibles acciones gubernamentales”, resaltó James F. Park, CEO de GeoPark.

Frontera Energy tam-

CONTAGIO EN LAS CUENTAS

Para Germán Espinosa, presidente ejecutivo de Campetrol, Colombia al ser un país dependiente de los ingresos petroleros, “somos muy vulnerables a esta coyuntura”. Agregó que en el Plan Financiero, el Gobierno presupuesta el 2020 con un barril de Brent a US\$60,5. “En la medida en que, según el Marco Fiscal de Mediano Plazo de 2019, un dólar en el precio del barril puede estar impactando la renta petrolera en un rango entre \$300.000 y \$340.000 millones (cerca del 0,04% del PIB)”, subrayó Espinosa.

bién está en este grupo que vio caer sus ingresos en el segundo trimestre. De acuerdo a un comunicado de la empresa en el que anunció sus resultados financieros, indicó que la producción promedió 42.597 bpd, bombeo que fue menor al mismo período del 2019.

La citada petrolera reportó una pérdida neta de US\$68 millones en comparación con una pérdida neta de US\$388 millones en el primer trimestre de 2020. El Ebitda operativo fue de US\$29 millones en comparación con los US\$44 millones reportados por su tarea entre abril y junio.

“La producción fue menor en el segundo trimestre debido a la respuesta por la crisis de la covid-19. Los ingresos se vieron afectados por menores volúmenes de ventas, incluida la decisión de crear inventarios para ventas futuras en el tercer trimestre”, señala la nota de prensa. ☺



Debido a un deterioro no monetario, se presentaron los resultados”.

Breves / institucionales



Innovación, no solo en tiempo de crisis

En los últimos meses mucho se ha escuchado hablar sobre las “crisis”, un término que etimológicamente viene del griego crisis, el cual significa “yo decido”. Y a propósito, cómo olvidar el concepto chino que alguna vez popularizó el expresidente de Estados Unidos, John F. Kennedy, en uno de sus discursos, señalando que se compone de dos caracteres, uno que representa “peligro” y otro “oportunidad”. Y es que, sin lugar a dudas, a lo largo de la historia, las crisis han impulsado los cambios más revolucionarios de la humanidad. Para no ir tan lejos, según la firma consultora McKinsey & Company, Inc., el 90% de los grandes líderes de las empresas alrededor del mundo creen que la crisis ocasionada por el COVID-19 cambiará la manera de hacer negocios y que dicha transformación será exponencial durante los próximos 5 años, al mismo tiempo, más de las tres cuartas partes también consideran que esta coyuntura abonará el terreno a nuevos modelos de innovación. En todo caso, en lo que todos coinciden es que, si bien este panorama sin precedentes deja un claro ambiente de incertidumbre para las compañías, al mismo tiempo viene acompañado del reto de convertir esta crisis en una oportunidad para reinventarse.

Y es que hoy, más que nunca, el nivel de adaptabilidad de las organizaciones es puesto a prueba, y atributos como la innovación y la agilidad se hacen cada vez más necesarios. Es así como desde el inicio de la pandemia en Colombia, las organizaciones han venido adaptando todos sus procesos para responder a las nuevas realidades. Particularmente, en el caso de las entidades dedicadas a la prestación de servicios, el reto se ha concentrado en robustecer las herramientas virtuales de interacción con los clientes y con los mismos trabajadores, comprendiendo las nuevas necesidades y trascendiendo las barreras físicas para ofrecerles a sus usuarios experiencias diferenciales.

Precisamente, desde hace varios años Compensar ha estado avanzando en el fortalecimiento de algunos de estos pilares y, por supuesto, la pandemia por el Covid 19, que obligó a cambiar los hábitos y rutinas de millones de colombianos, contribuyó a acelerar mucho más este proceso. “En los últimos años hemos logrado afianzar la cultura de innovación corporativa a través de la generación de nuevos modelos de negocio, productos, servicios, ideas que le dan sentido a nuestro rol social, que agregan valor y favorecen la calidad de vida de nuestros aliados y usuarios, soportados en un profundo conocimiento del cliente y del mercado. Eso nos ha permitido estar mucho más preparados y ha hecho que en esta coyuntura podamos seguir dando pasos en la búsqueda de ser una plataforma de bienestar integral.” Afirma Luisa Salazar, Gerente de Innovación de Compensar.

El modelo de innovación de Compensar contempla 4 líneas de acción: intraemprendimiento, innovación abierta, transformación cultural y ecosistemas de innovación, y se reta a través de la transformación 10x, lo que permite lograr resultados diferentes y encontrar nuevas formas de hacer las cosas junto a una amplia red de aliados e incubando ideas en su “Laboratorio de Innovación”, muchas de las cuales surgen incluso de sus mismos colaboradores.

En línea con ello y resultado de esta cultura de innovación, en los últimos meses la entidad ha desarrollado nuevas aplicaciones, plataformas, servicios, exploración de oportunidades y reorientación de procesos, destacándose, entre otros, el reciente lanzamiento de su tienda virtual, con más de 800 actividades de bienestar físico, mental y emocional, así como de Bienestar a la Carta, una plataforma pensada para facilitar el intercambio de valor entre los colaboradores, las empresas y su red de aliados, para contribuir a la generación de experiencias de bienestar acorde a los proyectos de vida de las personas.

Sumado a ello, activó la Billetera Móvil, una aplicación que le permite a los usuarios realizar transacciones de forma rápida, fácil y segura, aprovechar los recursos disponibles en su tarjeta Compensar, cupos de créditos y hacer uso del subsidio. De igual manera, por medio de una completa plataforma de producción de eventos virtuales, sigue poniendo al servicio de las empresas su experiencia en la asesoría y organización de espacios que contribuyen a apalancar sus objetivos estratégicos. Además, en Salud, ha avanzado en la atención virtual para diferentes trámites, la puesta en marcha de plataformas como “Pregúntale al Doc”, que contempla orientación en línea por parte de profesionales médicos, además, de la posibilidad de solicitar la historia clínica en línea, entre otros desarrollos, incluyendo una APP que próximamente estará disponible para los pacientes en seguimiento por COVID 19.

De esta manera, Compensar ratifica su filosofía de permanente bienestar en evolución, adaptándose a las cambiantes dinámicas del entorno y sumando esfuerzos para hacerle frente a los retos que depara el futuro, entendiendo que la innovación y la transformación, no son proyectos con fecha de finalización o de caducidad y que cobran mucho más sentido cuando se ponen al servicio de la transformación social.

Más información en:
www.compensar.com