

MINERÍA ENTREVISTA

Precios del oro impulsan a Gran Colombia Gold

La empresa aumentó sus ingresos y ha ejecutado planes de apoyo para las comunidades en sus áreas de influencia.

Por FERNEY ARIAS JIMÉNEZ

La disminución del 6,76 % que observó entre enero y septiembre la producción de oro de Gran Colombia Gold fue compensada en parte por los mejores precios del metal en los mercados internacionales, pues la cotización del metal el año anterior estuvo en 1.348 dólares por onza troy y este año subió a 1.712 dólares. Fue así como a septiembre, los ingresos de la empresa sumaron 291,2 millones de dólares, lo que representó un aumento de 22,3 % frente a los 238 millones reportados al mismo mes del año pasado.

Con una producción total de 162.929 onzas de oro (5,06 toneladas) al cierre del tercer trimestre del año, la empresa aseguró que está en camino de cumplir sus pronósticos de producción anual para el 2020 de un rango entre 218.000 y 226.000 onzas (6,78 toneladas y 7,02 toneladas), gracias a las operaciones que tiene en Segovia, en el Nordeste antioqueño y Marmato, en el Norte de Caldas.

En un año complejo, por los desafíos derivados de la pandemia, José Ignacio Noguera, presidente de Gran Colombia Gold (sucursal Colombia), le explicó a este diario los esfuerzos ejecutados para contrarrestar los efectos negativos de las medidas de aislamiento y entregó detalles de las iniciativas desarrolladas en sus áreas de influencia.

¿Qué lección o aprendizaje deja el coronavirus?

“En primer lugar, se resalta el trabajo articulado entre el Gobierno, alcaldías, comunidades y la empresa privada. Este esfuerzo ha permitido reducir el impacto negativo ocasionado por la pandemia al focalizar los

US\$1.870,99

precio con el que abre la semana la onza de oro en el mercado internacional.

recursos y ponerlos en beneficio de las personas. Asimismo, creemos que la minería bien hecha es el motor del progreso de las regiones y una de las industrias llamadas a reactivar la dinámica económica”.

¿Qué impacto tuvo la contingencia en la operación y resultados de la empresa?

“Para Gran Colombia Gold la salud de sus empleados, contratistas y familiares son una prioridad. Por esto se implementaron estrictos protocolos de bioseguridad para mantener la operación de una manera segura. Desde el inicio de la contingencia mantuvimos la producción a un 95 % de lo estipulado, la producción del tercer trimestre de 2020 reflejó una mejoría del 16 % comparado con el segundo trimestre en el que se evidenció el impacto de las etapas iniciales del aislamiento. Se espera que nuestras operaciones en Segovia produzcan entre 195.000 y 200.000 onzas de oro este año”.

¿Observa que hay una reactivación?

“En momentos en los que la mayoría de los sectores productivos se han visto afectados por la pandemia, Gran Colombia Gold ha logrado mantener sus operaciones, lo que se traduce en una contribución importante para el flujo económico de las regiones en las que estamos.



La empresa Gran Colombia Gold extrae oro en los yacimientos subterráneos de Segovia en Antioquia y Marmato en el departamento de Caldas. FOTO JUAN ANTONIO SÁNCHEZ

PARA SABER MÁS

PLAN PARA EL SECTOR MINERO-ENERGÉTICO

Desde mediados de este año, el Ministerio de Minas afirma que por sus aportes en inversión y empleo, el sector minero energético se perfila como un jalonador de la reactivación económica. Se contabilizan 35 proyectos priorizados en energía, minería e hidrocarburos, los cuales generarán \$37 billones en inversión, 53.000 empleos y \$29 billones en regalías. También señala que nueve de estos 35 proyectos priorizados concentran el 80 % de las inversiones y el empleo, cuyo desarrollo se traducirá en recursos para importantes proyectos en educación, salud, infraestructura y acceso a servicios públicos para las regiones, a través de las regalías.

Además, la compañía en este 2020 ha impulsado la creación de empleo, la inversión social en el nordeste antioqueño y continúa con el pago de impuestos y regalías, con el objetivo de potenciar la economía.

Adicionalmente, durante esta época el apoyo a proyectos productivos y la contratación de mano de obra local ha permitido mitigar los efectos de la contingencia. Por medio de la iniciativa Mujeres Líderes y Emprendedoras, por ejemplo, la empresa ha entregado 300.000 tapabocas, confeccionados por más de 80 mujeres que han generado ingresos por más de 600 millones de pesos y han logrado impulsar la manufactura de los municipios y el progreso de sus habitantes. El compromiso de las compañías por impulsar iniciativas y acciones que beneficien las comunidades donde hacen presencia permitirá que la

reactivación económica avance”.

¿Qué otro balance hace de los esfuerzos hechos por la empresa para mitigar los efectos de la pandemia y qué costo significó esto?

“Nosotros creemos que ser un buen vecino corporativo implica alinear nuestras iniciativas sociales con las necesidades de las comunidades donde hacemos presencia. Hemos enfocado nuestras acciones en mitigar los efectos de la pandemia, articulando esfuerzos con las autoridades locales y las comunidades para impactar positivamente el desarrollo de nuestras áreas de influencia. Es así como hemos realizado un esfuerzo por mantener la operación, lo que ha beneficiado no solo a los 1.560 empleados de Gran Colombia Gold y a las más de 4.000 familias que dependen económicamente de la compañía, sino también a

los más de 100.000 habitantes del Nordeste antioqueño”.

¿Cómo estima que será el 2021?

“El objetivo para el próximo año es apoyar la reactivación económica y seguir con el propósito de hacer minería tecnificada, moderna y sostenible. Justamente para el Gobierno, el sector minero representa una oportunidad para impulsar el país.

En primera instancia, el apoyo del desarrollo de nuevos proyectos, que se calcula sumará más de 53.000 nuevos empleos e ingresos aproximados de 37 billones de pesos, reafirma su compromiso con esta actividad. Por otra parte, la reforma al Sistema General de Regalías duplicará las asignaciones directas para los municipios mineros, lo que implica un impulso adicional para las regiones.

Para alcanzar esta meta se deben desarrollar actividades mineras altamente tecnificadas, que en adición tengan un compromiso a largo plazo y trabajen de la mano de las comunidades donde operan con proyectos sostenibles que involucren aspectos como educación, infraestructura, salud, formalización, inclusión y biodiversidad, y en el que el objetivo sea la identificación de necesidades de la población y conducción a su desarrollo (ver Para saber más) ■

Día sin IVA movió cerca de \$1 billón en Antioquia

Por JOHAN CHIQUIZA NONSOQUE

La seccional antioqueña de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco Antioquia) informó que las ventas departamentales fueron de cerca de 1 billón de pesos durante la tercera jornada del año en la que no se realizó cobro de impuesto sobre las ventas (IVA).

Al cierre de la jornada, Carlos Andrés Pineda Osorio, Director Ejecutivo de Fenalco

Antioquia, manifestó que “se destaca que durante la jornada sin IVA se permitió la activación de otros sectores que no se encontraban dentro de las categorías habilitadas para este día, en el que las marcas aprovecharon para ofrecer a sus clientes otros descuentos iguales o superiores al IVA como estrategia para activar sus ventas”.

A renglón seguido, añadió: “Los restaurantes y locales de comidas de los dife-

rentes Centros Comerciales tuvieron una gran reactivación de sus actividades, con plazoletas de comidas llenas y grandes filas en los diferentes establecimientos”.

De la misma manera el dirigente gremial resaltó que la tercera jornada dejó mejores resultados que las dos primeras, pues a nivel nacional se proyectan que 7 billones de pesos movilizados, de acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Recordemos que lo que dejó la primera fecha sin este cobro fue un impulso económico de cerca de 5,4 billones de pesos y para el segundo día el dinero que se movió fueron 4 billones de pesos.

“En los más de 90.000 establecimientos dispuestos para atender la demanda de este día, los productos que más compraron los paisas en esta ocasión fueron vestuario y calzado, seguido de tecnología, electrodomésticos y ju-

guetes, con un crecimiento de hasta el 80 %, superando así el porcentaje estimado para este día que se encontraba entre el 45 % y el 70 %”, apuntó Fenalco Antioquia.

La organización exaltó el buen comportamiento del público para que esta época de descuentos no se convirtiese en un foco de contagio del coronavirus. Así mismo, destacó de las empresas la rigurosidad con los protocolos de bioseguridad y el control del aforo ■