

# El giro asiático de Ecopetrol

Los cambios en el tablero del sector oil & gas –principalmente en Estados Unidos– llevaron al gigante petrolero colombiano a mirar más allá de América y a cruzar el Pacífico para diversificar su oferta. ¿La meta? Llegar a China e India con el 70% de su producción en los próximos tres a cinco años, aunque la sombra de su alto endeudamiento podría ser una nube negra en ese viaje transoceánico.

Martes, 02/11/2021

Gwendolyn Ledger

Las teteras o *teapots*, como comúnmente se llaman en China a las refinerías independientes, son el segmento al que la colombiana Ecopetrol está llegando desde este año con su crudo.

Un dato no menor, pues estas teteras en conjunto representan casi un quinto de la capacidad de refinación de ese país.

Pero no solo a China, sino que a todo ese continente, apunta de forma creciente la petrolera estatal colombiana, que este año ha enviado más del 60% de su producción a países asiáticos, una cifra cinco veces mayor a la de hace 12 años cuando comenzaron los envíos a Asia: en 2008 fue un 18% de la producción y en 2020 subió a 52%, según informó el CEO de la compañía, Felipe Bayón, durante la conferencia S&P Global Platts Asia Pacific Petroleum, realizada a fines de septiembre.

Ahí la estrella es su producto insignia, el Castilla Blend, una mezcla de crudo pesado que permite a refinerías de alta gama obtener productos más valiosos, como diésel, gasolina y hasta *jet fuel* para aviación.

La compañía detalló a AméricaEconomía que el principal comprador en ese mercado es China, con 34% del volumen exportado, seguido de India con el 23%, mientras que otros países como Corea del Sur y Brunei representan el 5%.

La movida es vista como estratégicamente correcta por Nymia Almeida, senior vicepresident de Moody's Investors Service, quien explica que en años recientes la firma estatal comandada por Bayón ha sabido imprimir transparencia y un ataque frontal a los problemas relacionados con disminución de reservas.

"Dentro del contexto global, Asia ha aumentado muchísimo su apetito por hidrocarburos, porque su propia economía ha crecido mucho más que las demás", explica Almeida, quien ve un panorama favorable para que empresas de la costa del Pacífico lleguen a ese continente, porque es la ruta más corta. "Ha sido un cambio bastante fuerte en los últimos años, pero la empresa está pudiendo sacar ventaja de estas oportunidades [...]. Su petróleo es de buena calidad y es un petróleo que interesa a los mercados asiáticos", afirma a AméricaEconomía.

Y es que, como la misma Ecopetrol reconoce, el crecimiento de la demanda por crudo en Asia es impresionante, no solo para combustible, sino también para manufactura, petroquímicos, plásticos, y todo el tema de fertilizantes.

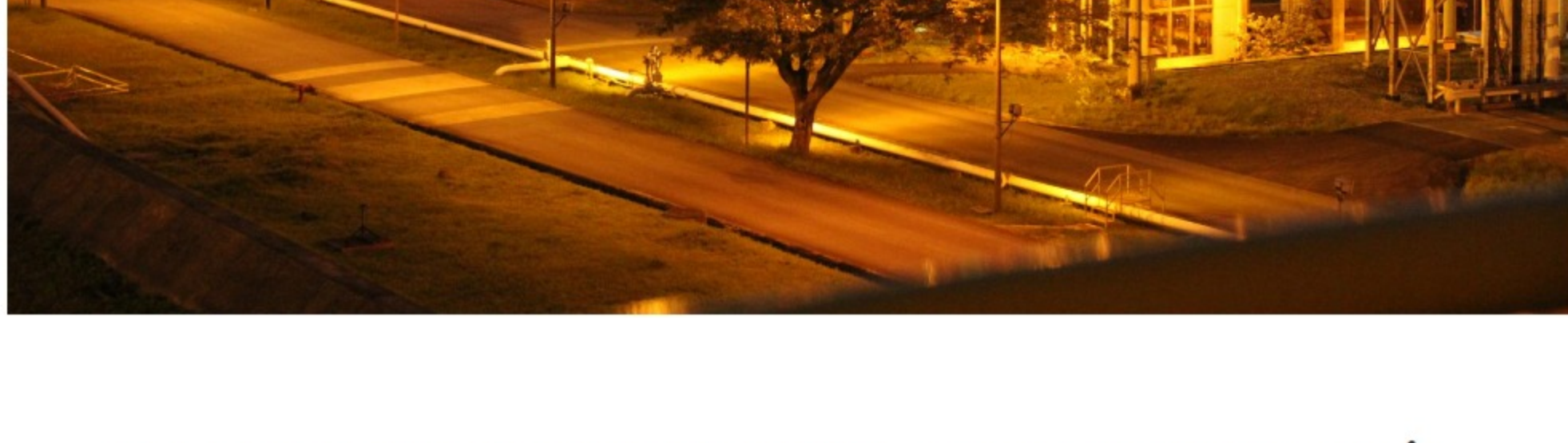
También la razón es geográfica y geopolítica. "El hecho de que se hayan ido a Asia, además, tiene que ver también con que Estados Unidos en los últimos 20 años es un exportador neto [de petróleo]. Entonces, dislocó mucho de la producción de América Latina hacia otros mercados", agrega Almeida.

China, hoy por hoy, se consolida como el país con mayor proyección de capacidad de refinación, y demanda más petróleo del que tiene en su producción nacional. Razón por la cual el país tiene oficinas en Londres, en Houston y en Singapur para gestionar ese apetito por crudo, que sobrepasa los 6 millones de barriles diarios para abastecer sus sistemas.

Para la vicepresidenta de Moody's, Ecopetrol ha sabido moverse bien en este reordenamiento de los jugadores del sector petróleo de la región.

Almeida enumera que solo Brasil ha aumentado sus exportaciones, pero tiene como destino más bien a Europa, mientras que la producción de Venezuela bajó mucho, con México también pasando por una baja que solo se ha estabilizado hace pocos años.

"Estados Unidos solía ser el gran comprador y, al mismo tiempo que América Latina bajó su producción, Estados Unidos aumentó la suya. Entonces lo que se está manteniendo en cuanto a producción estable es Colombia y Brasil. Ecopetrol comenzó a invertir fuera de Colombia, expandieron sus inversiones a Estados Unidos y también a Brasil, aprovechando algunas oportunidades y asociaciones con empresas en el extranjero para bajar costos", recuerda la profesional.



## OFICINAS EN SINGAPUR Y CLASES EN MANDARÍN

La confianza en el éxito y crecimiento de ese mercado llevó a la firma petrolera a abrir oficinas en Singapur, el hub asiático por excelencia tanto de productores como de traders en crudo, como parte de la estrategia comercial de incrementar, no sólo su participación en ese mercado, sino la presencia comercial en Asia.

"Constituímos una comercializadora en Singapur, epicentro de las transacciones de crudo y productos del mundo, con el fin de capturar nuevos clientes y estrechar las relaciones comerciales con Asia", afirman desde Ecopetrol.

La subsidiaria se llama Ecopetrol Trading Asia Pte Ltd, y de acuerdo con la estimación de la compañía estatal comenzará operaciones a comienzos de 2022.

"Se enfocará en la identificación de mayores oportunidades de mercado, con el fin de ofrecer más flexibilidad y opciones a sus clientes. Además, permitirá maximizar los márgenes de comercialización, a través de eficiencias operativas y financieras, al tiempo que aportará mayor competitividad a los crudos pesados del Grupo Ecopetrol en un entorno de transición energética", destaca la petrolera.

De esta forma, Ecopetrol no se concentraría solamente en China. "Tenemos una fuerte relación comercial con nuestros clientes en todas las geografías donde vendemos nuestros crudos y productos. Nuestra base global de clientes cuenta con más de 50 países alrededor del mundo", explica Ecopetrol.

Tanto Asia como China le dan una seguridad a la empresa para colocar su producción en los próximos años, y con buenos precios.

"Queremos estar cerca de nuestros clientes, también queremos tener una mejor y mayor información de mercado, porque entre Bogotá y Singapur hay 13 horas de diferencia y hoy estamos comercializando todos los crudos de Ecopetrol desde la oficina de Bogotá, de manera muy eficiente, sí, pero ese crecimiento al mercado asiático nos está llamando y nos está diciendo 'tenemos que estar allí, tenemos que estar cerca de los clientes', porque allá es donde se está moviendo el mercado, y se están presentando las oportunidades. Queremos estar presentes para capturar ese valor", detalla Juan Carlos Fonnegra, gerente de crudos de Ecopetrol.

Para captar esas oportunidades, la firma ya ha hecho todo un trabajo local de posicionamiento, cultivando sus vínculos basados en el cara a cara.

"Todos los años vamos a Singapur, a China, y no sólo vamos a Shanghai, sino también vamos a la refinadora en Shandong que está a seis horas de Beijing. Son viajes largos: una semana en China recorrimos más de 4.800 kilómetros, en carro, avión, tren rápido. Estuvimos en más de cuatro refinerías, visitándolos y entendiendo un poquito sus requerimientos, conociéndolos", recuerda Fonnegra, quien explica que ese relacionamiento les permitió lograr una venta regular de su crudo.

Pero Ecopetrol quiere ir más allá de solo visitas. Por eso Fonnegra y su equipo están hace tres meses aprendiendo mandarín, para relacionarse socialmente también, más allá del mero negocio. "Queremos ponernos en su situación y poder hablar algo, un lenguaje un poquito más cercano a nuestras contrapartes. Los chinos son particulares en la manera que hacen negocios, pero también muy amigables... tú compartes, comes, bebes antes de hacer cualquier tipo de negocios, y allá hemos estado participando en esas meriendas, en China y otros países", recuerda.

Lo cierto es que la confianza y el trabajo de Ecopetrol ha pagado con creces.

"Hace cinco años el 16% de las exportaciones llegaban al continente asiático, el año pasado [alcanzó] 50%, este año será 60%, y seguiremos en ese incremento de participación sobre esa base que hoy tenemos. De aquí a tres o cinco años, estar entre el 60% y el 75% de volumen [exportado] a Asia, a países como India y China principalmente, pero también diversificando destinos como Corea del Sur, Brunéi, Japón y otros países de la región", especifica el gerente de Crudos de Ecopetrol.

En eso coincide plenamente la analista de Moody's.

"Es una industria global [...]. Hay contratos bilaterales basados en relaciones de confianza, calidad de servicio y entrega puntual. Todo eso es muy importante, no es solamente el precio promedio, pues cada empresa, dependiendo de la calidad del producto y del servicio que entrega puntualmente, puede sacar un poquito más de margen", opina Nymia Almeida sobre el vínculo de Ecopetrol con Asia.



## ORDEN EN LA CASA

El viraje a Asia y la reciente adquisición del 51,4% de las acciones en circulación de la compañía de transmisión eléctrica colombiana ISA –Interconexión Eléctrica S.A.– para los expertos y analistas como Moody's ampliará la diversificación geográfica y permitirá la reducción de la relación emisiones de carbono respecto de su Ebitda.

Eso implica que, desde ahora, la firma petrolera participará, además, en la transmisión local de energía, gestión de sistemas en tiempo real y la Concesión Costera Barranquilla – Cartagena.

Internacionalmente, Ecopetrol a través de ISA y sus subsidiarias, por otro lado, tiene posiciones de liderazgo en la transmisión, ahora con negocios en Brasil, Chile, Perú y Bolivia, en concesiones viales y en telecomunicaciones en Chile.

"De esta forma, nos vemos como una compañía integral de energía, fuerte en nuestro negocio tradicional de hidrocarburos y a la vanguardia en la lucha contra el cambio climático, y avanzando de una manera ordenada hacia la transición energética", aseguran en Ecopetrol.

Por un lado, tener un mayor mercado y por el otro, un ingreso diversificado y fijo, son dos movidas estratégicas para la compañía, pues a diferencia de los altibajos que sufren los commodities, se trata de un mercado regulado, opina la especialista de la agencia calificadora.

Es parte de este "orden de la casa" que ha impulsado en años recientes el CEO Felipe Bayón. "Han sido años de diversificación de inversiones y capital de inversión [...] con una disciplina de operaciones financieras bastante alta", recalca Almeida.

Junto a Bayón, la analista destaca el rol que tuvo la hoy ministra de energía de Colombia, María Fernanda Suárez, y en general de los ejecutivos senior de la empresa, mediante elementos como "transparencia y el ataque frontal a los problemas que tenía la empresa específicamente relacionados con reservas disminución de reservas cada año era un problema serio", afirma.

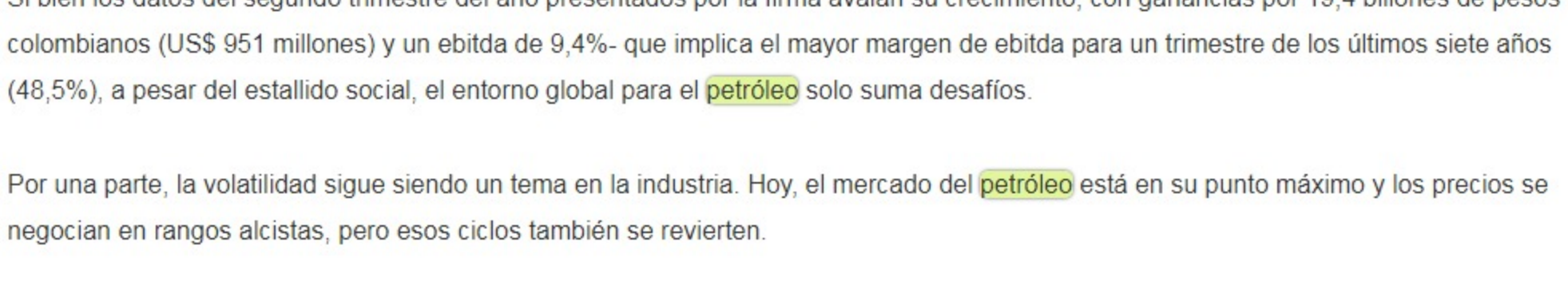
De hecho, durante ese período la calificadora hizo un par de upgrades, principalmente de las calificaciones.

Aun así, no es suficiente para alejar las nubes de tormenta que se ciernen sobre la firma petrolera estatal, que en agosto vio cambiar su perspectiva de "estable" a "negativa" –al revés de lo que ha ocurrido con el gobierno colombiano– aunque mantiene su perspectiva crediticia en Baa3.

Moody's consideró que Ecopetrol merecía ese cambio, como consecuencia del incremento temporal de los indicadores de apalancamiento y del potencial riesgo de refinanciamiento relacionado con el crédito obtenido con bancos internacionales que tiene su vencimiento en 2023.

Hasta entonces, esa es la perspectiva que la empresa mantiene.

"La firma asumió bastante deuda a su balance con otro agravante más: está relacionado a un préstamo de dos años que se suma a lo que la empresa ya tenía que amortizar de deuda en 2023, entonces aumentó el riesgo de financiamiento", detalla.



De izq. a der.: Juan Carlos Fonnegra, gerente de crudos en Ecopetrol, Norbert Rucker, director de economía e investigación de próxima generación, en Julius Baer, Nymia Almeida, senior vicepresident en Moody's

## NUBES EN EL HORIZONTE

Pero no es solo la deuda que arrastra- y la que incorpora- Ecopetrol a su gestión lo que mantiene la posibilidad cierta de una nueva rebaja en el año que viene.

Si bien los datos del segundo trimestre del año presentados por la firma avalan su crecimiento, con ganancias por 19,4 billones de pesos colombianos (US\$ 951 millones) y un ebitda de 9,4%– que implica el mayor margen de ebitda para un trimestre de los últimos siete años (48,5%), a pesar del estallido social, el entorno global para el petróleo solo suma desafíos.

Por una parte, la volatilidad sigue siendo un tema en la industria. Hoy, el mercado del petróleo está en su punto máximo y los precios se negocian en rangos alcistas, pero esos ciclos también se revierten.

"El precio de la OPEP subió casi el 9% en el último mes, a causa de la creciente demanda de Asia y el desabastecimiento de Reino Unido y acumula un 100% en los últimos meses, llegando a un valor de US\$ 82,5. Sin embargo, históricamente los valores máximos y mínimos fueron US\$ 141 en el 2008 y US\$ 12,2 en el 2020 y la banca de inversión Goldman Sachs espera que el desequilibrio de oferta y demanda lleve el precio a más de US\$ 90. Todo esto es explicado por los problemas en las cadenas de suministro que ha generado el COVID", dice a AméricaEconomía César Muñoz, M&A leader de ARTL Consulting Chile.

"Aparte del segmento de plantas de energía que se dispara, el uso de petróleo a nivel mundial está en aguas peligrosas. Mientras que, en el mundo occidental y China, el uso de petróleo ha vuelto en gran medida a los niveles previos a la crisis, la recuperación pendiente de los viajes aéreos internacionales o las ganancias incrementales en la demanda de petróleo de los mercados emergentes no parecen inclinar la balanza", indica un análisis reciente de Norbert Rucker, director de economía e investigación de próxima generación, en el banco suizo Julius Baer.

Rucker advierte que el panorama general del petróleo parece estar cambiando. Desde hace una semana el petróleo está perdiendo terreno por la preocupación de que el crecimiento de la demanda caiga. "Estas preocupaciones surgen cuando las principales economías luchan contra la inflación y los problemas de la cadena de suministro", recalca a la cadena estadounidense CNBC.

"Aún hay incertidumbre acerca del futuro de la demanda. A pesar del aumento en las cotizaciones del crudo referencial Brent [...] en Ecopetrol estamos comprometidos con mantener la eficiencia en costos y gastos, que es lo que nos ha permitido sortear con éxito las crisis de precios de 2015 y más recientemente la provocada por la pandemia con la destrucción de la demanda. Entre 2015 y el primer semestre de 2021 hemos logrado ahorros por US\$ 4.200 millones", aseguran en la compañía de origen colombiano.

También está el impacto ambiental del negocio, que ha generado protestas ambientalistas y ataques de la guerrilla a las instalaciones. Así como la amenaza que supone la transición energética con el fin de mitigar el impacto del cambio climático y su caballo de batalla: la electromovilidad, que compromete coches eléctricos y el abandono de combustibles fósiles.

Al respecto, la firma detalla a AméricaEconomía sus actividades dentro de Colombia para compensar emisiones y promover el emprendimiento y la investigación, iniciativas que han sido premiadas por Buenas Prácticas de Desarrollo Sostenible, por el Pacto Global de Naciones Unidas- y su labor tanto en Silicon Valley como en Israel para buscar nuevas tecnologías, menos contaminantes, en alianza con IHS y Microsoft.

"Desde Ecopetrol abordamos la transición energética con una estrategia soportada en cuatro pilares: Incrementar la competitividad de nuestras operaciones para evitar lo que se conoce como 'activos atrapados' es decir aquellos que aún tienen muchos recursos por producir; diversificar nuestra matriz energética sin perder el foco en los hidrocarburos; acelerar la descarbonización de nuestras operaciones reduciendo emisiones, y profundizar en la sostenibilidad, un término que hemos acuñado en Ecopetrol donde la tecnología es el habilitador. Estamos comprometidos con mitigar el impacto del cambio climático y nos hemos fijado una meta de cero emisiones netas de carbono al 2050", enumeran en Ecopetrol.

Respecto al futuro de sus exportaciones de crudo, la compañía tiene claro que deberá mantener un volumen diversificado.

"El golfo y los Estados Unidos seguirán siendo un centro de demanda muy importante para nosotros donde queremos capturar y mantener a esos clientes que hoy por hoy compran nuestro crudo. Ahí el mensaje es 'no los abandonaremos, estaremos ahí para venderles el crudo que ellos necesitan y han venido comprando", agrega Fonnegra.

Por eso, la firma pone su foco operativo en mantener un perfil de producción en Colombia estable, pero con la exploración permanente de proyectos y niveles de producción de las filiales internacionales de Brasil, el offshore de México, y su filial Ecopetrol America, en Louisiana.

Así, la base volumétrica subirá, con Ecopetrol ofrecer un pool de crudos diversificado, para clientes americanos y asiáticos.

"Queremos] crecer la participación en Asia, pero manteniendo una estrategia saludable de diversificación, no quisiéramos entrar en un mundo en donde el 100% de los volúmenes de Ecopetrol llegue a Asia. Como dicen por ahí: 'no pongas todos los huevos en una sola canasta'", concluye Fonnegra.

Fotos: Ecopetrol y Reuters