



Tema: Internacionalización

Panelistas: Carlos Portela: Presidente Ecopetrol America y Jaime Caballero: Vicepresidente Corporativo de Finanzas

Modera: Juan Manuel Rojas, Vicepresidente de Estrategia y Nuevos Negocios

¿Por qué internacionalizarse?

Sostenibilidad y para asegurar el futuro: al ser un negocio de energías no renovables, se deben buscar nuevas oportunidades para no desaparecer. Esto quiere decir buscar reservas, producción y nuevos negocios. No solo para E&P aplica, también para otras áreas del negocio.

Competencias: Se deben desplegar para generar más valor.

Aprendizaje: se deben buscar nuevas oportunidades que reten para aprender. La internacionalización es un mecanismo para que las compañías se obliguen a adquirir nuevos conocimientos. Somos duros en unos temas y salir a otros países, reta.

Mercado: identificando la calidad del mercado al que apuntamos.

Lo anterior, aprovechando competencias en territorios de muchas eficiencias para contribuir a la economía y a la región.

¿Qué significa definir a Ecopetrol como una empresa panamericana?

Es una señal positiva tanto para el país como para la industria. Significa que el Grupo tiene un rol claro, una membresía que le permite reclamar algún tipo de beneficios y privilegios y al mismo tiempo aceptar las responsabilidades que se adquieren al jugar en este liga.

Señala que somos un inversionista cauteloso y que al adentrar a las cuencas de los países de la región, delimitamos la cancha porque la conocemos y definimos claramente en dónde queremos jugar y en dónde no.

Nos permite soñar y hacer posibles las oportunidades a partir de sinergias regionales. Rotularnos como empresa panamericana trae un **mensaje poderoso** en donde creemos que las posibilidades de éxito son las mayores.

¿Cuáles son los factores de éxito para una eficiente internacionalización, qué debemos hacer diferente?



- **Tener la mejor capacidad técnica, comercial, financiera y de negocio.** Ser selectivo a la hora de estructurar una estrategia de talento adecuada y suficiente para la región. En casa, la competencia es diferente.
- **Relacionamiento local:** para construir y crear relaciones con sensibilidad cultural y de entorno de los diferentes Grupos de Interés.
- **Apoyo de casa matriz:** para que las filiales del exterior sientan su apoyo de la casa matriz en todos los ámbitos.
- **Humildad:** en el sentido de que debemos adaptarnos al lugar que lleguemos y que debemos honrar la cultura local.

¿Qué significó para ustedes la experiencia internacional?

- La oportunidad que siempre quise tener como profesional para salir y hacer la diferencia. Aprendí que se debe actuar como embajador de la compañía (cultura corporativa) y con humildad para no fracasar, porque nos tenemos que adaptar para que el medio no sea hostil y luego te amargues y termines saliendo de la empresa.
- No dar nada por sentado y “ganarse el derecho a piso”. Estando fuera y demostrar que se puede competir en ese lugar obliga a trabajar con los más altos estándares.
- “Sacar costra”, porque muchas veces uno está solo. Se requiere resiliencia y carácter porque no necesariamente la estructura de soporte se va a tener.
- Pensar en grande: hay países en donde culturalmente piensan todos los días en gigante y muchos de nosotros no crecimos en un ambiente en donde esto fuera normal, había un techo, límites. Pero en otras partes del mundo las aspiraciones no tienen límites.

¿Cómo se visualiza ECP América en 2025?

Ecopetrol América es una compañía offshore aguas profundas. Estamos allá para crear riqueza y valor. La tarea en la que hemos estado enfocados ha sido darle una mirada al pasado lo que nos ha permitido reflexionar y para comprender por qué durante años no creamos valor y generamos riqueza:

Destilamos las lecciones aprendidas de los últimos 10 años y nos estamos reinventando como compañía. Los resultados de los últimos dos años son reflejo de esto. Le hemos dado la vuelta al negocio. El crecimiento de la producción en los últimos dos años ha sido del 80%.

Nos estamos reinventando para ser una compañía cuya visión es la de tener unos niveles de producción con un pico de 18 mil barriles. Los resultados financieros nos ubicarán en el cuartil superior de las compañías pares y del negocio en el Golfo de México.

¿Y Ecopetrol Brasil en 2025?

Como un negocio que contribuye



- Con un millón de dólares de Ebidta al GE
- 100 mil barriles diarios
- 300 millones de reservas al grupo.

Ecopetrol Brasil es una empresa cuya relación con casa matriz es de orgullo.