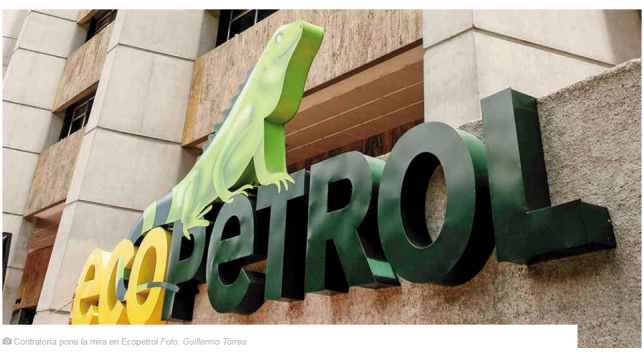
Spotify
Para los que saben lo que quieren escuchar.
Sujeto a restricciones. Aplican términos y condiciones. Después a solo $ 16.900,00 al mes.
INICIAR PRUEBA DE 30 DÍAS

ECOPETROL | 7/9/2019 12:01:00 AM

Contraloría pone la mira en Ecopetrol

La Contraloría estableció que entre los años 2013 al 2016, y en ejecución del contrato de compra venta de crudo de regalías y participaciones suscrito con la ANH, Ecopetrol dejó de recoger el crudo objeto del pago de regalías en barriles de petróleo.



Contraloría pone la mira en Ecopetrol *Foto: Guillermo Torres*

Una Auditoría Financiera que realizó la Contraloría General de la República a **Ecopetrol** determinó que esta empresa pagó a la **Agencia Nacional de Hidrocarburos (ANH)** $6.657 millones por volúmenes de crudo que nunca recibió y que debía haber retirado de tres campos petroleros localizados en el departamento de Casanare.

El organismo de control señaló que Ecopetrol no hizo llegar los soportes para demostrar la notificación oportuna a la ANH de los eventuales incumplimientos en el proceso de entrega del crudo por parte de los operadores de esos tres campos.

Le puede interesar: **La venta de Ecopetrol y el fracking**

Ahora bien, el no recaudo del crudo en esos campos solo se dio a conocer en el 2018, durante el proceso de cierre y liquidación del contrato, lo que para la Contraloría deja en evidencia la negligencia de Ecopetrol.

Además, la obligación del pago de regalías de los titulares de los campos en los que la empresa petrolera no recogió el crudo se encuentra aparentemente cumplida ante la ANH, dado el pago que realizó de la cuenta de cobro en la que se reconoció el valor de $65.657 millones.

Le sugerimos: **¿Algo para ilusionarse con las nuevas adjudicaciones petroleras?**

El contrato entre las compañías se suscribió el 1 de enero de 2013, cuya fecha de terminación fue el 30 de junio de 2016. El objetivo era la venta y entrega por parte de la ANH a Ecopetrol de la totalidad del crudo producido en los campos productores. A su vez, Ecopetrol quedó obligado a recibir, adquirir y pagar este, a excepción de los de difícil recaudo.

Semana
IMPRESO + DIGITAL
$295.000 AL AÑO
SUSCRÍBASE AQUÍ
*Aplican condiciones y restricciones.

NOTICIAS RELACIONADAS
La venta de Ecopetrol y el fracking
Ecopetrol vendió $16 billones en el primer trimestre
Ecopetrol, el petróleo y los dividendos

LO MÁS LEIDO
La Dian les sugerirá a los contribuyentes cuánto deben pagar de renta
11 cosas que las "personas inteligentes" nunca dicen en el trabajo
Presidente, cójale la caña al senador Duque

Dinero
Analizar la realidad económica
SUSCRÍBASE YA
impreso + digital por solo $199.000* AÑO
*Aplican condiciones y restricciones.
Paga menos por tu próximo auto de alquiler
BUSCAR
KAYAK
Encuentra el hotel perfecto para ti.
BUSCAR

VIDEOS MÁS VISTOS
Estos son los protagonistas del lío por la Vía al Llano
Esta es la clave del éxito de Cívico, la app que conecta a las ciudades
Esta es la clave del éxito de Cívico, la app que conecta a las ciudades
VER MÁS VIDEOS

Dinero
Analizar la realidad económica
SUSCRÍBASE YA
impreso + digital por solo $199.000* AÑO
*Aplican condiciones y restricciones.

0 COMENTARIOS

TEMAS RELACIONADOS ECOPETROL AGENCIA NACIONAL DE HIDROCARBUROS RESERVAS DE CRUDO

Últimas noticias

Contraloría pone la mira en

Las compañías que más generan valor *Foto: Dinero*

Abrirse paso en el mundo de los negocios no es tarea fácil, particularmente cuando se tiene una amplia gama de oferta que a veces pareciese acaparar todo el mercado disponible. Sin embargo, debe reconocerse que identificar oportunidades en la demanda es toda una tarea de planeación y proyección organizacional que ha llevado al éxito a empresas emblemáticas de reconocimiento mundial.

De hecho, son varias marcas que a nivel mundial han generado valor a partir de una exploración profunda de su demanda y de las alternativas que tiene disponible para atenderla. Una constante reinvención parece ser la clave para que una empresa aumente su valor, especialmente en un medio en el que las tendencias se mantienen en constante cambio y la búsqueda de oportunidades surge de una demanda altamente volátil.

Lea también: **Empresas que ganan y pierden en Colombia**

En el más reciente informe realizado por *BrandZ* sobre las 100 marcas más valiosas a nivel mundial, Amazon alcanzó por primera vez la primera posición, destronando a gigantes como Google y Apple que siempre se disputaron el primer lugar años atrás. Lo interesante de este *ranking* en particular es que se tiene en cuenta la opinión de los consumidores, por lo que la medición en términos de valor no se ciñe estrictamente a términos financieros.

Todo parece indicar que la constante preocupación de Jeff Bezos, fundador de Amazon, por las necesidades y solicitudes de sus clientes rindió frutos. Definitivamente es una compañía a la que vale la pena destacarle la particularidad de su expansión comercial a través del internet, siendo capaz de vender no solo productos sino también una experiencia única para el cliente.

A esta le siguen gigantes como Apple, Google, Microsoft, Visa, Facebook y Alibaba. El 80 % del top 10 está conformado por empresas de Estados Unidos y el 20 % restante son chinas. El poderío tecnológico está concentrado, indiscutiblemente, en las dos potencias comerciales más importantes del mundo, siendo dominado en una importante cuantía por los norteamericanos al crear ecosistemas masivos que combinan no solo una experiencia en línea, sino también entregas rápidas y pagos virtuales.

Lea también: **Futbolistas de exportación**

No obstante, la penetración de los productos y servicios chinos viene haciendo de las suyas y es algo que no debe pasarse por alto. Este *ranking* cada vez le da la bienvenida a más y más marcas asiáticas como Didi Chuxing, una plataforma para compartir automóviles, Meituan un proveedor de servicios y hasta a Xiaomi que viene presionando fuertemente en el mercado de los *smartphones*.

No obstante, la necesidad de varias marcas a nivel mundial implica también un reconocimiento por su responsabilidad social, empresarial y hasta por la logística con la que maneja toda su cadena de suministro. Las marcas buscan anclarse a los contextos culturales que van fluctuando en la demanda con el pasar del tiempo, y actualmente es indiscutible la importancia que han tomado temas como el medioambiente o hasta la filantropía para las marcas más valiosas del mundo.

NOTICIAS RELACIONADAS
Colombia, entre los vacíos comerciales de China
¿Bienvenido Win Max?
Radiografía al consumo de los hogares
LO MÁS LEIDO
La Dian les sugerirá a los contribuyentes cuánto deben pagar de renta
11 cosas que las "personas inteligentes"