

GCFI-MV-022-2022

San Isidro, 25 de febrero de 2022.

Señores
Superintendencia del Mercado de Valores
Av. Santa Cruz N° 315
Miraflores

Atención: Registro Público del Mercado de Valores
Referencia: Hecho de Importancia

De conformidad con lo previsto en el artículo 6.4 del Reglamento de Hechos de Importancia e Información Reservada, aprobado mediante Resolución N° 005-2014-SMV/01 del 12.03.2014, con relación a la publicación aparecida en la edición del diario “Gestión” del jueves 24.02.2022, titulada “*Altamesa iría a arbitraje si no hay acuerdo con Petroperú por lote 192*”, comunicamos que, de conformidad a la Ley, PETROPERÚ está trabajando en los Informes Técnicos-Legales para el Ministerio de Economía y Finanzas y Perupetro S.A. para la aprobación de la firma del Contrato de Licencia de Explotación de Hidrocarburos del Lote 192 entre Perupetro S.A. y PETROPERÚ. Al mismo tiempo, PETROPERÚ ha solicitado a la Contraloría General de la República que opine sobre el proceso efectuado por la anterior administración para la selección del socio para operar el lote.

Atentamente,

Enrique Salgado Ponce De León
Representante Bursátil
Petróleos del Perú- PETROPERÚ S.A.

NEGOCIOS

CANADIENSE INSISTE EN LLEVAR A CABO EL PROYECTO, EN EL QUE INVERTIRÍA US\$ 700 MILLONES INICIALMENTE

Altamesa iría a arbitraje si no hay acuerdo con Petroperú por lote 192

Buscará primero trato directo con petrolera estatal para que cumpla acuerdo para operar juntos el área. Si no hay respuesta, interpondrán demanda, que podría superar los US\$ 500 millones.

ELÍAS GARCÍA OLANO
elias.garcia@diariogestion.com.pe

Han pasado siete meses desde que Petroperú firmó contrato con Altamesa para asumir como socios la operación del lote 192, pero hasta ahora la compañía canadiense no obtiene respuesta de la petrolera estatal para trabajar con ese objetivo.

Así lo indicó a Gestión el presidente de Altamesa, Fernando Aguilar, que refirió que la empresa tiene la intención de trabajar juntos en el proyecto, pero de no cumplir Petroperú los acuerdos entre las partes, esa firma, como último recurso iniciaría un proceso de arbitraje.

Al respecto, Alberto Varillas, líder del equipo legal de Altamesa, señaló, refiriéndose a su socio Petroperú que "no nos contestan las cartas,



Lote 192. Altamesa asumirá al 100% 25 primeros pozos a perforar.

el teléfono, no podemos reunirnos con ellos, así es muy difícil establecer una relación de colaboración que permita sacar adelante el proyecto, y eso nos está llevando a iniciar acciones vinculadas con el incumplimiento del contrato por parte de Petroperú que son básicamente arbitrajes", remarcó.

Explicó que el proceso de arbitraje está contemplado en el TLC entre Perú y Canadá, y el contrato de inversión conjunta firmada con Petroperú en agosto del 2021.

Aunque no han hecho un cálculo exacto, Aguilar estimó que, de darse ese litigio, la demanda podría superar los US\$500 millones.

EN CORTO

Respuesta al MEF. La agencia Perupetro dio respuesta a las observaciones que formuló el MEF al proyecto de DS que planteó el Minem para la firma del contrato de licencia con Petroperú por el lote 192.

Según fuentes del Ejecutivo, Perupetro respondió que el contrato del lote 192 es viable siempre que Petroperú demuestre que si va solo (sin socio) no pedirá recursos al MEF. La otra posibilidad de que sea viable, es que Petroperú vaya con un socio.

Antecedente

Como se recuerda, funcionarios de la nueva administración de Petroperú habían señalado ante el Congreso que solicitarían la intervención de la Contraloría para que determine si hubo irregularidades en el proceso que realizó la anterior administración para la elección del

socio para operar el lote.

Al respecto, Varillas indicó que ya Petroperú ha reconocido que las irregularidades que señalaron, no son atribuibles a Altamesa, sino que tal situación se podría haber dado en la selección del banco de inversión que apoyó en el proceso de selección (Bank of America).

Contraloría

ADEMÁS, refirió que han consultado a la Contraloría sobre el particular, y que ésta les respondió mediante una carta, en el sentido de que está pidiendo información a Petroperú en relación con el proceso antes mencionado.

Asimismo, ante los pedidos de Altamesa a Petroperú para que fije su posición respecto al contrato entre las partes, el representante legal refirió que Petroperú les indicó que responderá luego de que se pronuncie la Contraloría.

Reglas

Sin embargo, Varillas advirtió que el pronunciamiento de la Contraloría no formó parte de las reglas del proceso

de selección que convocó Petroperú, y que su demora (en reconocer a Altamesa como socio e iniciar operaciones) está perjudicando a todos.

No obstante ello, y la falta de una respuesta concreta de la petrolera del Estado, el presidente de Altamesa insistió que el interés de la empresa no es ir a un litigio, sino operar el lote 192, y para lo cual esperan aún llegar a un trato directo y un entendimiento con Petroperú para sacar adelante el proyecto.

Inversiones

En esa línea, Armando Méndez, director de Altamesa, remarcó que el acuerdo resulta bastante rentable para Petroperú y el país en general, pues permitirá que la firma canadiense invierta US\$ 700 millones en los primeros años, para reactivar el lote y lograr la perforación de 41 pozos, 25 de los cuales los pagaría Altamesa al 100%.

En cambio, anotó, si va solo Petroperú (sin Altamesa) se estima que inversión esperada sería menor (US\$ 220 millones).

NO LLEGA A NIVELES PREPANDEMIA

Solo 13% de ventas por campaña escolar viene del e-commerce

DAGIANA PEVES
dagiana.peves@diariogestion.com.pe

Los contagios de la nueva variante de covid-19 (ómicron) se encuentran en descenso, según el Ministerio de Salud (Minsa). Así, el retorno a clases de forma semipresencial

se consolida, casi como un hecho. Helmut Cáceda, presidente de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (Capece), refiere que habrá un crecimiento de 85% en las ventas por canal digital respecto al 2021. Sin embargo,

recalca que la semipresencialidad no permitirá llegar a los niveles prepandemia.

"Estáremos entre un 20% y 25% por debajo", refiere.

Jaime Montenegro, jefe de Área de Negocios Digitales de la Cámara de Comercio de Li-

ma, coincide y recalca que no responde a que el canal haya decrecido.

Y si bien es una oportunidad para que los negocios afines a la actividad se reactiven, solo el 13% de las ventas por campaña escolar se rea-



Ventas online en avance.

lizan a través de e-commerce.

"Esta es una compra de experiencia porque vas con el niño a elegir la mochila o la cartuchera, es casi como una moda para el estudiante. No es tan mecánico, se busca tocar el producto", comenta.

De acuerdo con Helmut Cáceda, se estima que el ticket promedio en esta campaña es de S/200 porque la compra se realizará de forma mixta entre lo presencial y virtual.