

PETROPERÚ, definiendo su **ROL**

Germán Velásquez Salazar | Presidente del Directorio

Noviembre 2015



¿Qué es PETROPERÚ?



PETROPERÚ es una empresa de derecho privado organizada como sociedad anónima de propiedad del Estado, creada el 24 de Julio de 1969, dedicada a la explotación, transporte, refinación, distribución y comercialización de hidrocarburos.

Junta General de Accionistas (JGA)

Directorio
(06 miembros)

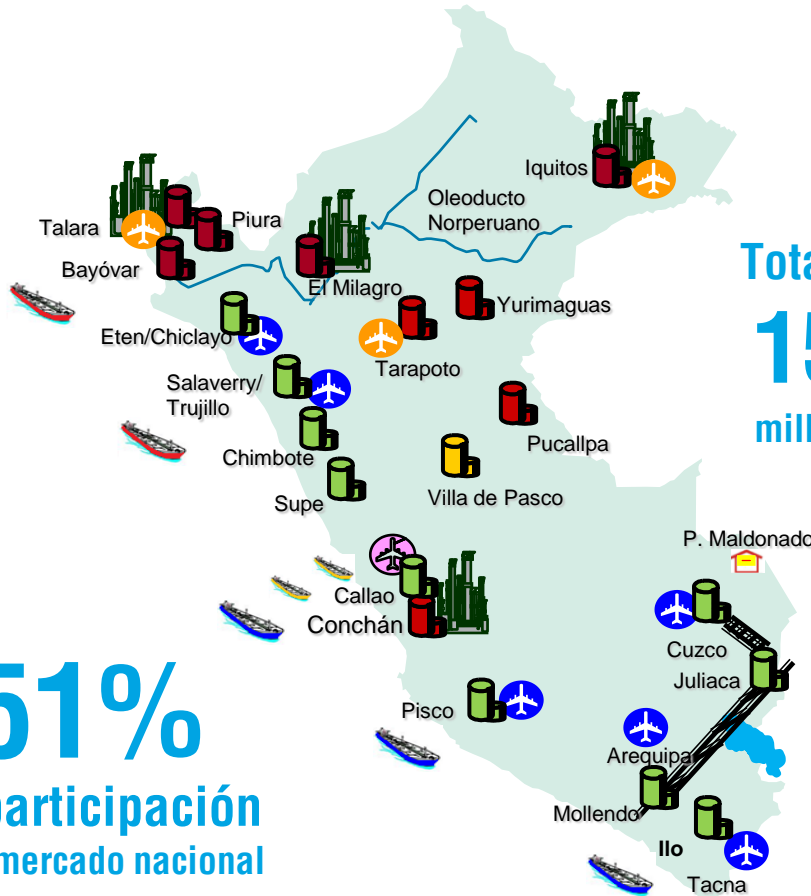


01
Representante de los trabajadores

Gestión



¡PETROPERÚ!



Total de ventas
15,000
millones de soles

51%
de participación
en el mercado nacional



Certificaciones



TRINORMA



Principales clientes y proveedores



Cientes



GLENCORE



Cerro Verde

Proveedores



CIME INGENIEROS S.R.L.
CONTRATISTAS GENERALES



Contratación de
servicios por más de

900

millones de soles

Más de 1500 empresas
Ene- Nov 2015

¿PETROPERÚ?



Promedio de edad:
Más de 50 años

Rotación
Directivos: Alta
Empleados: Baja

Utilidad Neta
Resultados a diciembre 2014
- 218 millones
de soles
Resultados a octubre 2015
+ 453 millones
de soles

N° de versiones
del Plan Anual de
Contrataciones 2014:
798

**Estructura
vertical**



¿A dónde se dirige PETROPERÚ?

01

Modernización y ¿OPA?

02

PMRT

03

Optimización de estrategia comercial

04

Integración vertical

05

Estándares sociales y ambientales



Acciones a corto plazo

"Plan de Modernización de Gestión"

"Plan de Modernización de Gestión"

COMPONENTE

01

MIGRACIÓN AL
NUEVO MODELO
ORGANIZACIONAL

COMPONENTE

02

IMPLEMENTACIÓN
DE GESTIÓN DE
DESEMPEÑO

COMPONENTE

03

OPTIMIZACIÓN DE
LA GESTIÓN DEL
PMRT

COMPONENTE

04

DIFUSIÓN
INTERNA Y
EXTERNA

COMPONENTE

01

Reordenamiento de nuestra organización

Que cada quien trabaje en el área donde resulte más productivo y, por lo tanto, más orgulloso de su trabajo.

El páncreas no bombea sangre, ni el corazón regula tu azúcar: cada uno hace lo que mejor sabe, pero igual se comunican por el bien de tu organismo.

Se trata de que todos, integrados en los puestos adecuados, ¡colaboren sin tantas barreras!

Plan de Modernización de Gestión



COMPONENTE

02

Un moderno tablero de control

Estamos construyendo esa herramienta que es tan importante en los carros: un **Tablero de Gestión Financiera**. Así como el tablero de un auto moderno te dice qué tan lento vas o si estás gastando mucha gasolina, en PETROPERÚ tendremos claro en qué unidades de nuestro circuito se gana más. Estos indicadores a la mano nos ayudarán a ser muchísimo más eficientes en nuestra gestión.



Plan de Modernización de Gestión

COMPONENTE

03

La nueva refinería de Talara

El proyecto energético en marcha más grande del país está siendo gestionado de la manera más profesional, porque la recompensa será enorme: En unos años Talara no solo podrá refinar 45 % más de barriles, sino que serán combustibles más limpios para los pulmones de nuestros compatriotas.



Plan de Modernización de Gestión



COMPONENTE

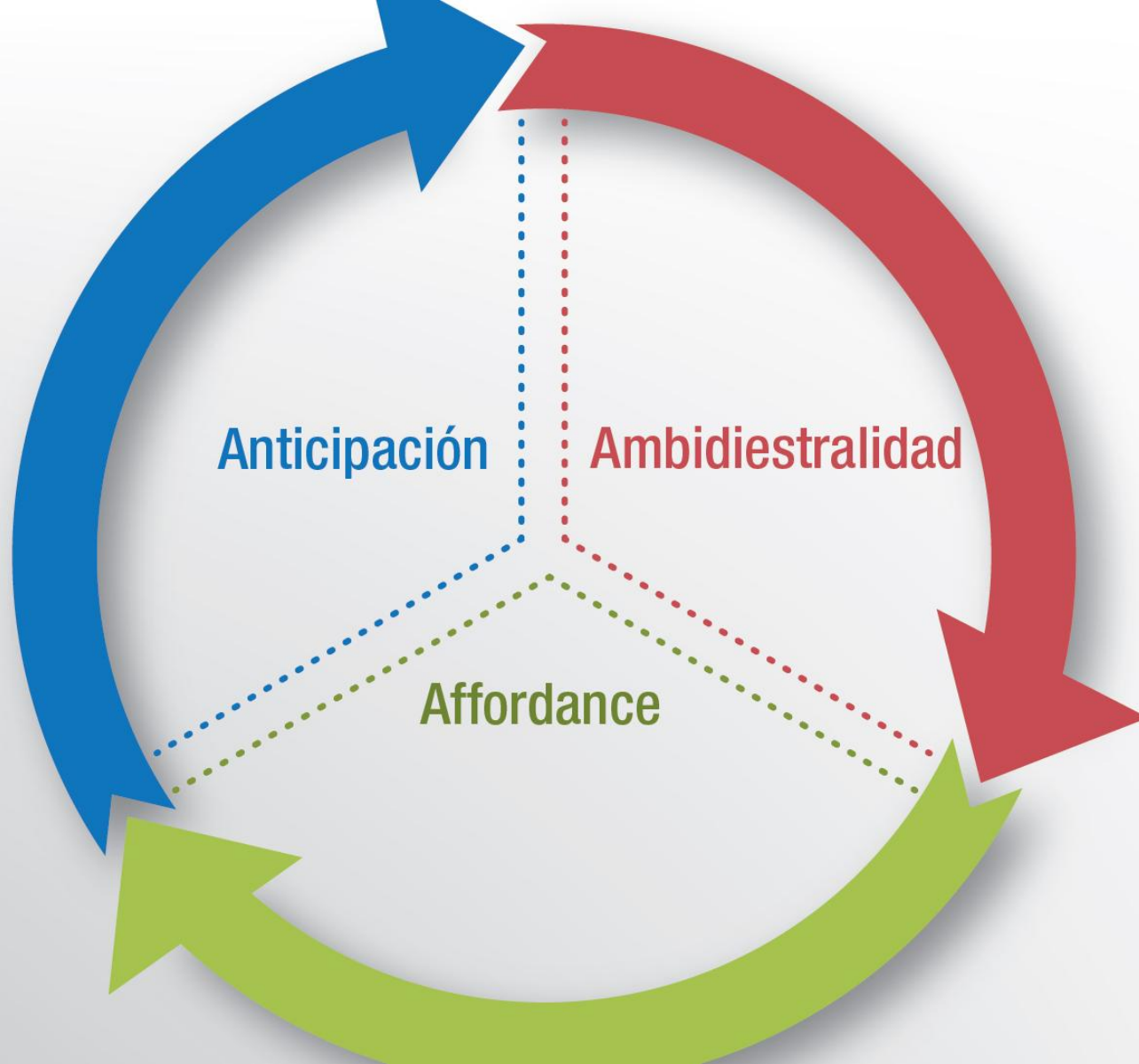
04

Comunicación interna y externa

La reputación de una empresa se construye entre todos. Su transformación es necesaria y se está llevando de una buena manera, lo que se comenta de ella es importantísimo.



¿Qué se necesita?



Anticipación



Combustibles limpios

Relación con el entorno

Economía Global

Capital Humano

Buen Gobierno Corporativo

Actitud Proactiva

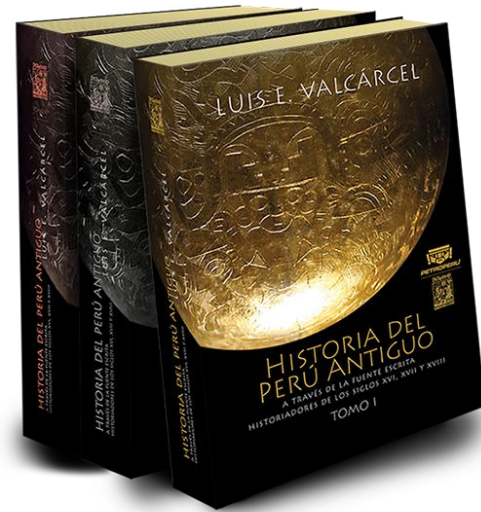
Comentarios sobre los valores en las Empresas Sociales	Reflexiones de cómo los valores en una Empresa Social afectan su visión de negocio
Son agentes de cambio social	Enfocadas más en lo social que lo empresarial
Quieren hacer la diferencia	Carecen de visión para los negocios
Ofrecen esperanza y oportunidad	Lo que hacen es un pasatiempo, no un trabajo
Hacen cosas buenas	No quieren lucrar
Son socialmente responsables	No están orientadas al mercado
Son éticas y con valores	Tiene que ser mas estratégicas
Lo hacen de corazón	No tienen mentalidad empresarial
Son inclusivas	Se desarrollan en un ambiente sin riesgo
Son prácticas	Tiene nulo apetito al riesgo

Ambidiestralidad



Generar VALOR ECONÓMICO

El objetivo de una empresa es ser rentable, generando utilidad o beneficio para el accionista, así como incrementando su valor económico



Generar CULTURA

Factor importante para desarrollo pleno y sostenible en igualdad de oportunidades

Affordance

Capacidad para generar oportunidades y opciones de crecimiento



- Trazar fibra óptica a través del Oleoducto Norperuano.
- Relación con las comunidades a 30 años.
- Usar crudo Piraña para completar la carga en la Refinería Selva.
- Uso de instalaciones portuarias para ampliar el servicio a recibo y despacho de carga seca.
- Optimizar la producción de propileno a partir de GLP para su comercialización como materia prima de la Industria Petroquímica.
- Uso y generación de fuentes de energía alternativas renovables obteniendo bonos de carbono.

¿Para qué lo hacemos?

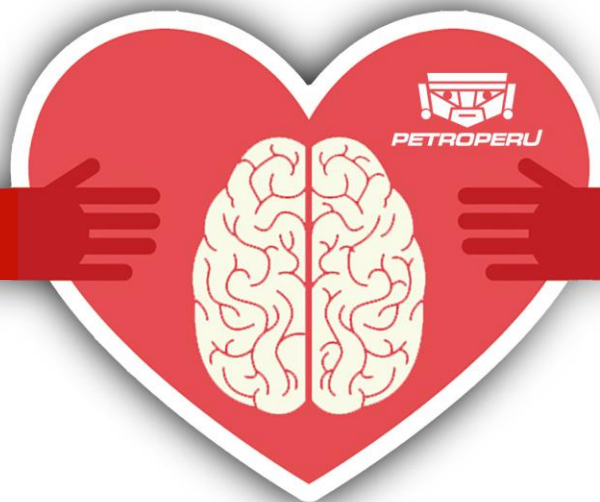
Para transformarnos en una empresa DE CLASE MUNDIAL

- Empresa flexible, moderna, competitiva, autónoma y sostenible
- Logra resultados consistentes en base a planificación estratégica
- Genera y maximiza valor

Para ser una LOVEMARK



Relación **leal** y estable



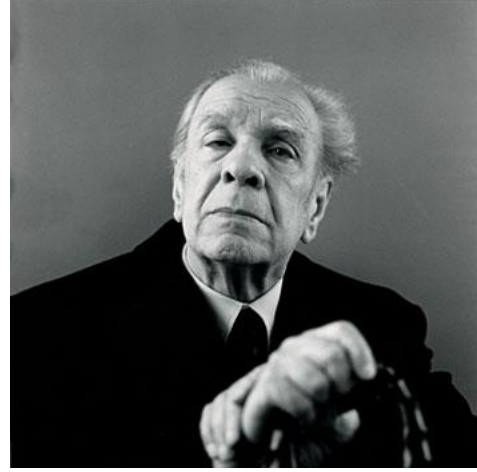
Emoción en la forma de relacionarse

Relación muy **cercana** con los grupos de interés

Basada en el compromiso, **empatía y pasión**



PETROPERÚ,
definiendo
su **ROL**



“Todas las teorías son legítimas y ninguna tiene importancia, lo que importa es lo que se hace con ellas.”

Joseph Beuys



MUCHAS GRACIAS

Noviembre 2015