



AGESP

ASOCIACIÓN DE GRIFOS Y ESTACIONES DE SERVICIO DEL PERÚ

Fundada el 16 de agosto de 1929

12

EL HEREDERO

“Pepe” Brigneti es el hijo del primer grifero del Perú y guarda en su aguda memoria la historia del sector.

24

EL PLAN PARA LOS TRUCK CENTERS

En el 2013 el Ministerio de Transportes encargó un estudio para saber si es viable el desarrollo de este formato.

28

III CONGRESO NACIONAL DE AGESP

Detalles del encuentro empresarial más importante de nuestro gremio.

¿Se debe reducir la cantidad de combustibles?



EXPERTOS SOSTIENEN QUE PAÍSES CON UNA DEMANDA MAYOR Y UN PARQUE AUTOMOTOR MÁS MODERNO SÓLO CUENTAN CON TRES VARIEDADES

¡Amplía tu cartera de clientes con la nueva plataforma para Flotas!

FLOTAS

La herramienta que te ayudará a gestionar el abastecimiento de combustible de tus clientes de la manera más sencilla y fácil del mercado:



Consolida la información en la plataforma web.



Automatiza y reduce el tiempo de validación de los conductores a través del POS.



Visualiza la información de tus clientes en tiempo real.



Fideliza a tus clientes con estos beneficios:



AHORRO DE TIEMPO

Los vehículos tendrán establecimientos fijos donde recargar combustible.



CONTROL DE OPERACIONES

Desde la plataforma podrás hacer un seguimiento detallado de los saldos.



MAYOR SEGURIDAD

Evitarás el fraude y el efectivo con el uso de tarjetas.

¡Afílate ahora!

Contáctanos en comercial@visanet.com.pe o en nuestra Central de Atención VisaNet: Lima (01) 614-9800, Provincias 080-100-100

VisaNet
Perú

FLOTAS

6

¿SE DEBERÍA REDUCIR LA CANTIDAD DE COMBUSTIBLES QUE SE VENDEN EN EL PERÚ?

EN EL PAÍS SE COMERCIALIZAN CINCO VARIETADES DE GASOHOLES Y TRES DE GASOLINAS, UNA CANTIDAD MUY ELEVADA EN OPINIÓN DE EXPERTOS.

12

EL HEREDERO DEL IDEAL

JOSÉ "PEPE" BRIGNETI ES EL HIJO DEL PRIMER GRIFERO DEL PERÚ Y GUARDA EN SU AGUDA MEMORIA LA HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR CON DETALLES Y ANECDÓTAS.



RESUMEN DEL III CONGRESO DE LA AGESP



24

LAS ANGLAS DE LOS TRUCK CENTERS

LOS TRUCK CENTERS AÚN SE ENCUENTRAN EN UNA ETAPA MUY GERMINAL EN EL PERÚ. EN EL 2013 EL MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES ENCARGÓ UN ESTUDIO PARA SABER SI SU DESARROLLO ES VIABLE.

32

EXITOSO WORKSHOP

LA AGESP ORGANIZÓ UN TALLER CON EL EXPERTO ESPAÑOL EN MARKETING Y RETAIL JACINTO LLORCA PARA CAPACITAR Y ACTUALIZAR LOS CONOCIMIENTOS DE SUS AGREMIADOS.



PRESIDENTE: Renzo Lercari Carbone / **PRIMER VICEPRESIDENTE:** Jorge Antonio Valente Azurza / **SEGUNDO VICEPRESIDENTE:** Rocío Beatriz Zorrilla Hirahoka / **TESORERO:** Luis Eduardo Del Aguila Olórtegui / **VOCALES:** Edwin Pinedo Mezarina, Roberto Merino Aurich, Alfonso Andrade Flores, Dante Blotte Volpe / **PAST PRESIDENTES:** Pedro Martínez Carlevarino, Javier Carulla Marchena (I), Octavio Caveno Navarro, José Antonio Verdi Orsi, Carlos Miguel Punte de la Mata, Rocío Zorrilla Hirahoka / **GERENTE GENERAL:** Renato Lazo Bezold / **RESPONSABLE DE COMUNICACIONES Y EVENTOS:** Camila Tenorio Bernabel

OFICINAS AGESP: Av. Pablo Carriquiry 660, San Isidro / **TELÉFONOS:** 719-0109 / **TELEFAX:** 719 0112 / **E-MAIL:** afiliaciones@agesp.com / **WEB:** www.agesp.com

EDICIÓN Y VENTA DE PUBLICIDAD: PRENSA GRUPO SAC

OFICINA: Av. José Pardo 223 Of. 22 / **TELÉFONOS:** 242 2731 2424029 / **CORREO:** info@prensagrupo.com

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú
 AGESP no se solidariza necesariamente con las opiniones expresadas en los artículos publicados en esta edición.



¡CONTROL PRECISO Y SEGURO EN LAS ESTACIONES DE SERVICIO! SOLUCIONES INTEGRADAS

HORUSTECH

Concentrador de Datos



- Más de 30 mil vendidos en Brasil
- Exportado e instalado en México, América del Sur y Centroamérica
- Administración total de los surtidores vía cabo y wireless
- Asistencia técnica en la instalación y el mantenimiento
- Consultoría de Proyecto e Desarrollo para integración de software



Pen drive



- Configura y actualiza informaciones;
- Lectura de log (abastecimientos/eventos) independiente del PC;
- Backup de la configuración del equipamiento.

Conectividad



- Conexión con el PC o ethernet (TCP/IP);
- 12 canales de comunicación capaces de controlar hasta 48 lados de surtidores simultáneamente.

Compatibilidad



- Integrable con la solución SWC, Identid® e TWC;
- Integrable a través de DLL.

Protección y robustez



- Mayor inmunidad a las descargas eléctricas;
- Batería propia embarcada;
- Conexión para batería externa.

Seguridad



- Certificado digital;
- Almacena hasta 10.000 abastecimientos;
- Datos criptográficos.

Solución de conversores



- Conversores para diversos tipos de surtidores de combustibles.

TWC

Terminal Wireless Companytec



Controla surtidores, lanza informaciones y realiza consultas de forma rápida, segura y eficiente*

- Venta de productos en la pista utilizando el lector de código de barras (opcional);
- Identificación electrónica de productos y vehículos a través de etiqueta TWC (Tag RFID);
- Consulta de crédito de cliente a plazo;
- Identificación y consulta de crédito de vehículo con tag pegado;
- Fidelización de clientes con tarjetas sin contacto
- Terminal integrado con el concentrador Horustech.

Características

- Equipamiento certificado para zonas explosivas;
- No necesita desanillar surtidores;
- Permite el uso con surtidores conectados vía Wireless y cabo inalámbrico;
- Largo alcance (más de 150m sin barreras);
- Opciones para registro de chapa, CPF, CNPJ, Código de cliente, Odómetro;
- Resistente a caídas y salpicaduras;
- Teclado touch y display retro iluminado;
- Batería de litio recargable de alta duración**;
- Altura: 34mm | Anchura: 68mm | Largura: 166mm | Peso: 252 gramos;
- Garantía: 12 meses.

SOPORTE EN PERU (Lima) PARA: DESARROLLO, INSTALACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

AERONET ☎ 99932-6444 ✉ Lamarek_sa@hotmail.com

✉ comercial@companytec.com.br 🌐 www.companytec.com.br

N

o es un secreto que las industrias experimentan cambios, pero es la capacidad de su gente para amoldarse a ellos lo que les permite mantener su vigencia. La comercialización de combustibles minoristas se inició con un solo tipo de carburante en las primeras décadas del siglo pasado y hoy el negocio tiene hasta ocho opciones de fuentes de energía para la locomoción vehicular.

En los últimos quince años se ha incluido la comercialización de GLP y de GNV como parte de su portafolio, adaptándose a las exigencias del mercado. Pero, además, hemos visto nuevas opciones de negocios aprovechando la recurrencia a nuestros establecimientos. De esta manera, se han fortalecido las tiendas de conveniencia, pequeños coffees y centros de servicios para los vehículos.

La capacidad de resiliencia que hemos demostrado los empresarios del negocio minorista de combustibles ha sido tal, que hasta hoy seguimos creando formatos y propuestas, teniendo como eje básico la comercialización minorista de energía (con las exigencias y manejo de seguridad que demandan estos productos).

Es probable que esta resiliencia también sea necesaria en futuras propuestas que tendrá el sector y para lo cual debemos estar preparados. En todas partes del mundo hay cambios, nuevos combustibles, exigencias ambientales y tecnologías que demandarán adaptabilidad y una predisposición a la transformación de la matriz del consumo, para la cual debemos prepararnos.


ENTRE CAMBIOS Y RETOS

En Europa gradualmente el diésel está siendo retirado de la cartera de combustibles y es probable que esa tendencia llegue a nuestro país. Actualmente se está introduciendo tecnología alrededor del LNG y el uso de hidrógeno, que aún está en su fase experimental. También hay tecnología que viene impulsando el desarrollo de vehículos híbridos y eléctricos que podrían replantear la actividad comercial como tal.

Anivel local, aspectos como la modernización de la Refinería de Talara y La Pampilla, que producirán combustibles de menor contenido de azufre y de alto octanaje, plantean nuevos escenarios en nuestro core de negocio. Básicamente, se tratan de aspectos disruptivos que hay que tener en cuenta.

No son solo las nuevas opciones de energía, las cuales hay que evaluar y adaptarnos, sino también las posibilidades de rentabilizar las áreas que manejamos. Hoy existe una fuerte competencia por lo que es necesario mantener siempre el concepto de valor agregado con el objetivo de asegurar la preferencia del cliente.

A nivel global, nuestra actividad comercial está avanzando y transformándose. Por ello es necesario tener a un sector firmemente unido, preparado para afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades que se avecinan, asumiendo tales experiencias con la capacidad de resiliencia demostrada a lo largo de nuestra historia.

No hay que esperar a que la ola nos pase por encima y amenace ahogarnos. Hay que salir a sortearla, como siempre, con decisión y valentía. Frente a los nuevos retos que impone la tecnología, tenemos que ser incansables en la búsqueda de la adaptación y del bienestar que premie nuestros crecientes y redoblados esfuerzos. 

Renzo Lercari Carbone
Presidente del Consejo Directivo

EN POS DE LA SIMPLIFICACIÓN DEL MERCADO

¿ SE DEBERÍA REDUCIR LA CANTIDAD DE COMBUSTIBLES QUE SE VENDEN EN EL PERÚ?

EN TODO EL PERÚ SE COMERCIALIZAN CINCO VARIIDADES DE GASOHOLES Y TRES DE GASOLINAS, UNA CANTIDAD MUY ELEVADA EN OPINIÓN DE EXPERTOS QUE DESTACAN LA CONVENIENCIA DE CONTAR CON NO MÁS DE TRES TIPOS, TAL COMO OCURRE EN PAÍSES CON UNA DEMANDA SUPERIOR.

La gasolina de 84 octanos mantuvo la hegemonía en el mercado peruano de combustibles –y en el de la mayoría de países de la región– por más de dos décadas. Pero el paso del tiempo, y los cambios tecnológicos en la industria automotriz que trajo consigo, han hecho que esta gasolina sea cada vez menos demandada y que no pocos analistas avizoren y recomienden su desaparición, tal como ocurrió con la de 66 octanos en la década del 80.

Las cifras recopiladas por la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio del Perú (AGESP) indican que el consumo de la gasolina 84 ha mantenido una sostenida caída en los últimos tres años, aunque la tendencia viene de antes. En agosto del 2018 se consumieron más de 5 582 387 galones de este combustible, cuando en el mismo mes del 2016 fueron requeridos 8 064 526 galones.

En contraparte, el consumo de gasolinas de mayor octanaje está en su mejor momento. De acuerdo al especialista en temas de hidrocarburos, refinación y comercialización de combustibles, el ingeniero Gustavo Navarro, la gasolina de 90 es la más consumida en el país; le sigue la de 95 y 98, mientras que la de 84 cada día pierde terreno. Con ello, comenta Navarro, se desvirtúa la creencia de que la de 84 sigue con una potente demanda.

Lo dicho por Navarro se comprueba con las cifras de la AGESP que muestran un sólido incremento en la demanda de las gasolinas de 90 y 95 en los últimos tres años, mientras que el despacho de la de 97 octanos ha sido oscilante.

“Gran parte del parque automotor es moderno. Es algo bueno que ha pasado. La mayoría de vehículos son (fabricados) después del 90 y en pocos años todos los vehículos serán modernos y funcionaran bien sin la de 84”, asevera Navarro.

Los autos de antaño necesitaban que se “ajustara la chispa” si es que se iba a realizar un viaje a una localidad de altura, porque los motores no lograban hacer una óptima mezcla “combustible –aire” de forma automática, como sí lo hacen los vehículos más modernos. La mejora económica de los peruanos en los últimos tiempos ha sido el gatillo que dinamizó la llegada de una masiva cantidad de autos nuevos y de los de segunda mano con poca antigüedad.





CONSUMO DE GASOHOL 84 / GALONES POR MES



Fuente: AGESP

DIVERSIDAD

El recambio del parque automotor creó la demanda de combustibles de mayor pureza (es decir, de mayor octanaje) y esto, a su vez, ha generado una diversidad de combustibles que resulta contraproducente para la industria.

Hoy día, en Lima y en la mayoría de provincias se comercializan cinco tipos de gasolinas: de 84, 90, 95, 97 y 98 octanos. Para ser exactos, son cinco tipos de gasoholes, una mezcla de la gasolina pura con un pequeño porcentaje de alcohol carburante (alrededor del 7.2%).

Este cambio se produjo desde el 2007, en cumplimiento de una norma que abrió el camino para el consumo de biocombustibles. Casi 11 años después de producida esta modificación, aún es grande el número

de conductores que ignoran que se les suministra una mezcla con alcohol en lugar de gasolina pura.

César Bedón, economista, consultor en energía y catedrático universitario, comenta que los fabricantes y vendedores de autos siempre recomiendan a sus clientes consumir el combustible de más alto octanaje a pesar que no sea necesario. “Si hay de 98 (octanos) les recomendarán eso y si hay de 100 van a decir que es la mejor”, expresa Bedón.

La selva peruana tiene un mercado de combustibles distinto y más complejo que el del resto del país. En él se venden tres tipos de gasolinas, sin la mezcla de alcohol carburante, como ocurre en las demás regiones: 84, 90 y 95, aunque también está empezando a llegar la de 97.



▶ **EL GASOHOL DE 90 OCTANOS** es la que más se consume en el país.

La razón de esta diferencia económica y logística es que el alcohol carburante no deja de ser un elemento higroscópico, es decir, que atrae moléculas de agua del ambiente en cuanto puede. La logística de distribución de combustibles para la selva se realiza a través de ríos y con ductos de requieren ser llenados de agua al terminar la descarga.

La potencial mezcla del gasohol con el agua puede causar problemas en el motor, que finalmente perjudican al usuario. Por eso se determinó que en la selva sólo se distribuya gasolina tradicional.

Así las cosas, en todo el Perú se comercializan ocho tipos de gasolinas cuando en Estados Unidos, México, Argentina, Chile, y en diversos países europeos –que cuentan con un mercado mucho más grande y desarrollado- se ofrecen entre dos a tres versiones.

“Lo del Perú es algo típico que ocurre en un mercado incipiente, que no sabe hacia dónde va. Si mañana alguien quiere vender gasolina de 99 (octanos), te aseguro que habrá alguien que se animará a comprarla porque la publicidad es irrestricta”, señala César Bedón.

DESAPARICIÓN

Las hojas de ruta sugeridas por los expertos en el mercado de los combustibles tienen distintos puntos en común. Uno de ellos es la disminución de las gasolinas de alto octanaje y otro, donde hay mayor consenso, se refiere a la desaparición de la gasolina 84.

“Hay grifos que ya no venden la gasolina de 84. No vas a ver esa gasolina en una estación de categoría por un tema de marketing (...) Me parece que una buena



▶ EN LA SELVA, por razones técnicas, no se comercializan gasoholes.

medida es eliminar la de 84, pero de una forma comercial”, sostiene Bedón.

Afirma el economista que crear una norma que limite la comercialización de la gasolina 84 no es posible porque se trata de un mercado libre. Su propuesta se orienta a disminuir el precio de la de 90 octanos para que el público que aún consume la de 84, que en su gran mayoría son personas de bajos recursos, termine por dejarla.

César Bedón pone énfasis en el hecho que el mercado de Lima y el de provincias tienen una dinámica distinta, por lo que las medidas que se pudieran tomar en torno a la oferta y precios de los combustibles, tendrán efectos distintos.

Para Gustavo Navarro la eventual salida de la gasolina 84 no impactará en los marcadores de los combustibles, si es que se ordena el criterio a la hora de asignar impuestos a los combustibles más limpios.

Según Navarro, en lugar de aplicar mayores imposiciones tributarias a las gasolinas más contaminantes, como la de 84, se castiga a las de mayor octanaje. Y explica que si bien el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) está orientado en ese sentido, no se considera el impacto del impuesto al rodaje y el IGV que se suman, finalmente, al precio base del energético.

Al respecto, César Bedón comenta que hay una considerable diferencia entre los precios de las gasolinas de alto y bajo octanaje en las refinерías. Según sus cálculos, la de 97 es hasta S/ 1.50 más cara que la de 84 en la actualidad. Sumando los impuestos vigentes y cargos que hay en la cadena de distribución, se obtienen precios disímiles que no animan a los usuarios a consumir un combustible de mayor calidad.

“Técnicamente, no veo el motivo por el cual los combustibles en las refinерías tengan tanta diferencia de precio entre un octanaje y otro. La diferencia debería ser mínima”, asevera Bedón.




IMPORTACIONES & TECNOLOGIAS S.R.L.



ESTACIONES DE SERVICIO





ACCESORIOS





Sistemas para Telemedición



No necesita PC

RED JACKET

Bombas Sumergibles

Servicio Técnico a Nivel Nacional

Av. Petit Thouars N° 4722 - Telf.: (511) 219-3560
 ventas@impotec.com.pe www.impotec.com
 Lima 18 - Perú

Av. MIRAFLORES N° 830 EL MOLINO
 LA LIBERTAD - TRUJILLO
 TELF.: (044) 225419

CONSUMO DE GASOLHO 90 / GALONES POR MES



Fuente: AGESP

EL MUNDO ESTÁ ORIENTADO A DEJAR DE CONSUMIR COMBUSTIBLES DE BAJO OCTANAJE, SALVO EN PAÍSES DE ECONOMÍAS ENDEBLES Y DE UN PARQUE AUTOMOTOR ANTIGUO.

Si se logra que el marco tributario se oriente a “castigar” a los combustibles más nocivos, se puede en poco más de un año realizar una campaña para sacar del mercado a la gasolina de 84 octanos, según los cálculos de Gustavo Navarro.

Lo paradójico con la eventual salida del mercado de la gasolina 84 es que el Perú tiene una importante producción de ese tipo de combustible, que se exporta prácticamente en su totalidad. Lo cierto es que el mundo está orientado a dejar de consumir la gasolina 84, salvo en países de economías endeblés y de un parque automotor desfasado. Esa convergencia representa un enorme dolor de cabeza para los productores locales, que ven cada vez menos espacios donde colocar su gasolina de bajo octanaje.

SIMPLIFICACIÓN

Bedón anota que el mercado de gasolinas limeño consume en un 45% la de 90 octanos y la de 95 en un 38%, aproximadamente. El margen de las de mayor octanaje sigue siendo muy pequeño. “No encuentro

justificado que se venda o se requiera (gasolinas de 97 y 98). Técnicamente no creo que exista la necesidad de tener esas dos variedades”, sostiene.

El planteamiento del economista apunta a que se comercialicen básicamente dos tipos de gasolina: la de 90 y la de 95. La demanda de 97 y 98 octanos, que es mínima, se puede cubrir con la de 95 porque la diferencia en términos prácticos es “insignificante”, remarca.


Similar es el planteamiento de Gustavo Navarro, quien se basa en la norma técnica aprobada del Instituto Nacional de la Calidad. “Un camino sencillo es que sean (sólo) la de 91 y 97 octanos”, comenta el también exdirector general de Hidrocarburos.

Navarro manifiesta que con la adición del alcohol carburante (para producir el gasohol), el producto de 91 octanos llegaría al grifo con un nivel de 93 a 94 octanos, y la de 97 alcanzaría los 98.5 octanos. Con un surtidor moderno, agrega el experto, se puede hacer una mezcla

en la estación para ofrecer un producto de 95 octanos, si es que el consumidor lo requiere.

Las ventajas de reducir la variedad de gasolinas se sentirán en todas las cadenas de la industria. Para comenzar, se encuentra el aspecto logístico: los buques que transportan el producto desde las refinerías ya no necesitarían diversos compartimentos, sino solamente dos. Se simplificaría así la operación y se eliminaría sobrecostos, transportando mayor volumen de un combustible que sí consumirá el mercado. Igualmente, podría tener un impacto en el área administrativa, por obvias razones.


Un efecto similar (se prevé) podría tener en las estaciones de servicio que sólo necesitarán dos tanques, en lugar de cuatro o más, como ahora; además, simplificaría aspectos como la fiscalización. Y en el terreno comercial el impacto podría ser mucho mayor, ya que el consumidor tendría la certeza de encontrar, en toda estación de servicio, el combustible que requiere su vehículo.

El impulso para empezar el cambio recae en las autoridades, pero también en el sector privado que puede hacer el esfuerzo para promover la simplificación del mercado de gasolinas. “Hay resistencia al cambio, se medita demasiado cuando hay cosas evidentes”, concluye Gustavo Navarro, quien, al igual que César Bedón, han demandado, desde hace años, esa potencial mejora, sin haber tenido el eco que esperaban. 



FLUID
CONTAINMENT

TANQUES PARA COMBUSTIBLE

- Únicos tanques recomendados para almacenar combustibles de petróleo y sus mezclas con alcohol hasta E-85 y B-100. 
- Utilizados por las compañías mayoristas de combustible más reconocidas en USA, Colombia, Perú y Venezuela.
- Disponibles también para almacenamiento tanto superficial como subterráneo de agua potable, productos químicos y líquidos en general.
- Posibilidad de uso en plantas de tratamiento de aguas residuales y un sin número de aplicaciones ajustada a su necesidad.

DOBLE PARED SIMPLE PARED SUBTERRÁNEOS



SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE TANQUES IN - SITU RE-TANK mediante el cual se realiza un revestimiento interno del tanque existente bien sea en pared simple o pared doble con espacio intersticial monitoreable. Los materiales empleados cuentan con aprobación UL 1316 y el procedimiento cumple con la norma UL 1856. Dentro de los beneficios que este sistema ofrece esta la reducción de los costos de reemplazo del tanque y el uso de tanques existentes para varios tipos de combustible de petróleo incluyendo sus mezclas con alcohol tales como E15, E85 hasta E100. Así mismo son compatibles para almacenar combustible diésel y Biodiesel hasta B.100

CALIBEX 3D F.C.C: NUEVO SISTEMA DE CALIBRACIÓN LÁSER 3D de tanques con tecnología vanguardista aplicado por primera vez en el mundo. El sistema consiste en un software de análisis de datos que cubre algoritmos visuales en 3D con los procesos matemáticos necesarios. CalibEX 3D con un margen de error entre 0,002 y 0,009 [tantos por mil]. 40 minutos por tanque con combustible.



PLANTA COLOMBIA

Calle 15 N° 1 - 59 Este, Barrio El Cortijo,
Madrid - Cundinamarca,
Ce: 317 5156718 - Tél: (+57 - 1) 825 2325 - 825 4196.



OFICINA PERÚ

Calle Valladolid 225 Urb.
Mayorazgo, Ate Lima
Tél: (+51-1) 711 9971
975 132478 / 926 891 212



PLANTA VENEZUELA

Av. Principal Zona Industrial San Vicente II,
Parcela D-29, Maracay - Edo. Aragua,
Tél: (+58 - 243) 551 6647.

EL HEREDERO DEL IDEAL



JOSÉ "PEPE" BRIGNETI ES EL HIJO DEL PRIMER GRIFERO DEL PERÚ; SU EXPERIENCIA EN EL RUBRO HA SIDO TAN ENRIQUECEDORA QUE TIENE LA CAPACIDAD DE CONTAR EL DEVENIR DEL SECTOR EN SUS MÁS AGUDOS DETALLES.

E

l empresario José Brigneti (padre) fue el primero en instalar un grifo en Lima en 1918. Este se ubicaba en la calle Tambo de Belén (vía que conecta la Plaza Francia con el Jirón de la Unión) en el centro de Lima y se llamaba Ideal. Pocos años después este negocio fue trasladado a la primera cuadra de la avenida Uruguay donde permanecería por cerca de treinta años.

Tenía siete hijos, el sexto de ellos es Giuseppe Brigneti (José para los conocidos, Pepe para los amigos), quien se comprometió con este negocio a temprana edad, ayudando a su padre. Pepe recuerda que tenía apenas catorce años cuando venía desde su casa en el distrito de La Punta hasta la Plaza San Martín usando el tranvía, para de ahí ir caminando hasta el negocio de papá. Su experiencia desde esta temprana edad al lado de la persona a quien más admiraba en el mundo, nos da un referente de cómo era el negocio de los grifos y cuánto ha cambiado.

“Mi abuelo era apoderado de la Casa Fausto Piaggio, que fueron los primeros que explotaron el negocio de petróleo en el norte del Perú, en Zorritos, en la Brea y Pariñas. Para esto ya se había iniciado la importación de vehículos y las gasolinas se vendían solamente en latas empacadas en cajas de madera. Cada caja tenía dos latas de cinco galones. Teniendo la experiencia y la posibilidad de disponer combustible, gracias a la proximidad con la Casa Fausto Piaggio, mi padre instaló el primer grifo con dispensador elevado”, recuerda.

Este dispensador hoy es un equipo histórico que se puede ver en la sala de espera de la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio (AGESP). Antes de estar ahí, estuvo en la primera cuadra de la avenida Uruguay, que fue el lugar adonde se trasladó el grifo Ideal años después y donde Pepe inició sus labores de ayudante de su padre. Se trataba de un establecimiento que era propiedad del antiguo Colegio de Mujeres de Belén (hoy de propiedad de una universidad).

“Ahí habían varios locales comerciales que eran de las monjas de Belén. En la esquina estaba la antigua Mueblería Canziani, que era una de las más exclusivas de Lima; la casa Mossi, importadora de bicicletas; la Casa Zacata, una antigua empresa japonesa dedicada a los automóviles, baterías, etc.; una florería y el grifo de mi padre que se llamaba Ideal”, explica.

EL GRIFO CHANCAY

José Brigneti (padre) llegó a tener cinco grifos de combustibles, tres de ellos ubicados en el Callao y dos en Lima. Como era usual, todos los grifos de la época solían estar en la vía pública. Pepe Brignetti recuerda que en el de la avenida Uruguay no solo vendían combustible sino, además, artículos de servicio para la conservación de los vehículos: medidores de presión, franelas para limpieza, cera, etc.

Su verdadero nombre es Giuseppe Renato, pero él adoptó el nombre de José y sobrenombre Pepe, desde sus primeros días de vida. Es más, solo se enteró de su verdadero nombre cuando tuvo la mayoría de edad y le tocó sacar sus primeros documentos. “Tengo hasta propiedades con el nombre de José”, comenta esbozando una sonrisa.

Con menos de 26 años de edad, a Pepe le ofrecieron una oportunidad que no pudo rechazar: la International Petroleum Company (IPC), la más poderosa productora de combustibles de la época, le pidió hacerse cargo de un grifo de su cadena a manera de concesión, ofreciéndole dos opciones: tomar una estación en Huarney (Ancash) o una ubicada en Chancay, al norte de Lima. Era el año 1957 y luego de evaluar las dos opciones tomó la de Chancay.


“La de Huarney era una estación grande. Fui hasta allá para mirarla; pero estaba recién casado e ir desde La Punta, donde vivía, a Huarney, iba a ser complicado. Así es que preferí Chancay. Durante dos meses iba y venía todos los días de Chancay hasta cuando nació mi hija mayor, que es cuando decidí irme a vivir allá. Adquirí una casa en el puerto cerca de la playa, ahí viví dos o tres años hasta que compré una casa en la plaza del pueblo, la demolí y construí una moderna”, señala.

Tres años después, el hijo del precursor de las estaciones de servicio continuaría ampliándose con la construcción de un grifo en Huaral para luego abrir una nueva línea de negocio de comercialización mayorista y transporte de combustibles.

JOSÉ BRIGNETI (PADRE) LLEGÓ A TENER CINCO GRIFOS DE COMBUSTIBLES, TRES UBICADOS EN EL CALLAO Y DOS EN LIMA.

Chancay fue su centro de operaciones y su hábitat. Ahí crecieron sus hijas, tejió lazos de amistad, se encandiló con el negocio y germinó sus mayores emprendimientos. Mientras esto sucedía en el norte chico, el negocio de su padre iba apagándose. Algunos grifos fueron vendidos y otros tuvieron que cerrar pues la regulación había cambiado y las autoridades ya no permitían que los grifos estuvieran en la vía pública, en especial en zonas de alto tránsito peatonal, que era el caso del grifo Ideal, ubicado, como se recuerda, en la Av. Uruguay.

“En Chancay estuve exactamente 60 años. Desde 1957 hasta el 2017. Fue una maravilla: estaba lejos de problemas, chismes, pleitos familiares... ¡lejos de todo!. Ahí conocí gente maravillosa, muy laboriosa, de primera línea, y de toda condición económica”, evoca.

El sector agrícola fue el que activó el negocio mayorista. En tiempos de pervivencia de las haciendas, el propietario de la hacienda Jesús del Valle, Oscar Berckemeyer, un día le aconsejó adquirir un camión cisterna para que lo abasteciera directamente, pues la empresa que lo hacía no cumplía con los pedidos. “Si te compras una cisterna yo te compro todo el combustible”, le dijo el empresario agrícola. 

▶ **EN LA AVENIDA URUGUAY.** El segundo ciclo del recordado Grifo Ideal se inició cuando se instaló en la segunda cuadra de la Av. Uruguay.



Grifos "Ideal". J.A. Brigneti y Cia.
Av. Uruguay, Lima

Ventas promedio mensuales de gasolina: 9,900 galones

El servicio comenzó con una unidad, pero después se amplió a más camiones pues había que atender también a las haciendas La Huaca, Palpa, Caqui, etc. Prácticamente tenía el abastecimiento de todo el Valle de Huaral. La Reforma Agraria del año 69 redujo la demanda agrícola de combustible, pues la producción empezó a disminuir. “Se conformaron los comités especiales de administración y las cooperativas que compraban, pero ya no a los volúmenes de antes y la forma de pago tampoco era la adecuada”, indica Giuseppe Brigneti.

Si se cierra una puerta se suele abrir otra, dice el refrán. Los cambios políticos y económicos del golpe militar también afectaron al sector de combustibles. La IPC fue estatizada creándose la empresa estatal Petroperú, teniendo esta una nueva forma de comercializar hidrocarburos: cero créditos. Pepe ingresó a este sector siendo más flexible que la empresa estatal logrando buenos resultados.

“El sector pesquero consumía diez o veinte veces más que la agricultura, porque no solamente compraba para el consumo de las plantas sino para su flota de naves. Entonces los volúmenes de compra eran gigantescos. Muchas veces me llamaban y me decían: ‘Pepe mándame 10,000 galones

de diésel y te pago el sábado’ y yo atendía ese pedido”, precisa.

La demanda mayorista de combustible lo obligó a construir un tanque en el grifo de Huaral, con un esquema de negocio sostenido en una flota de transporte, capacidad de almacenamiento y una línea de financiamiento a los operadores pesqueros de la zona. “Abastecía directamente a las fábricas. En la temporada de pesca se lograba comercializar entre 35 y 40 mil galones diarios. Esto duró hasta que se abrió el mercado de combustible mayorista en los 90 y entraron operadores como Móbil o Shell y era difícil competir con ellos”, recuerda.

Cuando Pepe comenzó a tener la concesión del grifo de Chancay, tenía un contrato con la IPC que debía renovar cada año. Tras el golpe militar, la estatización de la IPC y la creación de Petroperú, las concesiones de grifos que iban terminando se reorientaban a otros operadores, en especial a personal militar. Una norma de vida que le permitió continuar manteniendo la concesión del grifo Chancay fue la de “mantener amistades y comportarse de una forma correcta con los clientes y proveedores”. Eso hizo que Petroperú lo llamara para ampliarle la concesión no por uno, sino por cinco años, evitando la amenaza de perder la administración del grifo.



▶ **COMBUSTIBLE IMPORTADO.**

Los primeros vehículos del Perú tenían que comprar combustible importado que venía en cajas de madera y latas. Uno de los establecimientos que vendía este producto era la casa comercial Piaggio.

En 1992 se privatizó el grifo Chancay siendo José “Pepe” Brigneti el único postor. Pagó una suma exageradamente elevada con el objetivo de asegurarse esta propiedad y lo hizo no solo por el valor comercial, sino por lo que representaba la estación de servicio para él y su familia. Finalmente era un negocio que construyó a puro pulso y no quería perder ese esfuerzo de vida.

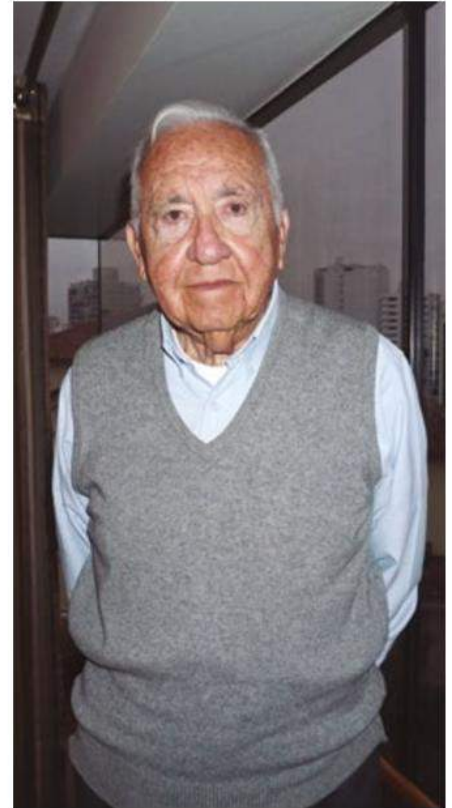
SU SOPORTE, LA FAMILIA

Pepe es el único de los siete hermanos del patriarca de la comercialización minorista de combustibles, José Brigneti, que heredó el interés por continuar en este negocio. Cada uno de los otros seis hermanos tomó un camino distinto. Él por su parte hizo algo de vida académica en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, alternando sus estudios con el grifo de su padre, pero más pudieron los negocios. Eran tiempos en que Lima era aún pequeña. La extensión de la urbe apenas llegaba a la Av. Brasil o al Paseo Colón por el sur y por el norte se extendía hasta el distrito del Rímac. El resto era zona rural.

Mirando atrás, buscando referentes para esta crónica, Brigneti nos muestra con orgullo su álbum familiar. Sabe que ha recorrido mucho. “La vida me ha tratado con dulzura, me ha dado una familia maravillosa”, indica con plena seguridad. Tiene tres hijas, “a Dios gracias”, remarca. A ellas les ha dado una vida familiar fortalecida y unida. No todo fue negocio. La familia es un ingrediente fundamental de la felicidad del ser humano; los negocios tienen límites, señala, por lo que en un momento optó por no seguir creciendo comercialmente. “Siempre se paga algo por lo que uno quiere conseguir”, explica. Lo menos que hubiera querido arriesgar es quebrar o lastimar el vínculo familiar. Por ello decidió cimentar todo lo que ya había conseguido y fortalecerlo, antes que seguir apostando.

Chancay fue su pueblo: hizo una intensa vida social en él. Fue uno de los socios fundadores del Club de Leones de Chancay, ascendiendo en la escala dirigenal hasta ser gobernador y director internacional de esta asociación que tiene prestigiosa presencia en 232 países. Pepe desempeñó ahí uno de los cargos que pocos han conseguido en el Perú. Pudo participar en política, pero no lo hizo. No es cosa de él, afirma, nunca le gustaron los cargos pese a haber sido teniente alcalde y regidor del distrito de Chancay por varios años.

Tuvo una activa participación en la AGESP, organización gremial que fundó su padre, en el año 1929. Ha sido testigo de su fortalecimiento a lo largo de los años y la ha visto erigirse como una gran institución.




DOS GENERACIONES. José “Pepe” Brigneti recuerda que su padre (a la izquierda) era una persona emprendedora y dedicada a su trabajo. De él heredó la actitud hacia el servicio.

PEPE ES EL ÚNICO DE LOS SIETE HERMANOS DEL PATRIARCA QUE HEREDÓ EL INTERÉS POR CONTINUAR EN ESTA ACTIVIDAD COMERCIAL.

“Hoy AGESP tiene una gran cantidad de afiliados. Antes (en la década de los 60) era muy reducida. Cuando nos reuníamos lo hacíamos en la casa de uno de nosotros. Éramos no más de 30 personas. A veces nos reuníamos en mi casa de Chancay o en la de Florencio Meza, en Huacho, o en la de Germán Pflucker. Ahora es distinto. Debemos buscar un local amplio, nuestro gremio se ha fortalecido. Ojalá que se mantenga la unión”, recalca.

En los últimos ocho años, este empresario de desafíos se fue desligando del negocio gradualmente dejándolo todo en manos de una de sus hijas. “La transición fue muy buena”, revela. Sin embargo, en el 2017 se les presentó una oferta de Repsol para que esta empresa tomara la administración de las dos estaciones, sin que dejara de mantener la propiedad. Así fue.

“Me enorgullezco de haber manejado un negocio que se condujo con mucha rectitud, mucho orden. No estafamos a nadie. Nunca tuvimos sanciones severas de las empresas reguladoras. También tuvimos una relación vigorosa con la clientela y el medio social. Mi paso por el negocio ha sido bastante satisfactorio”, remarca.

José “Pepe” Brignetti es un hombre bastante intenso en sus memorias; de una finura impecable para hablar de recuerdos, pero también para dar consejos. Al final de la entrevista que dio origen a esta crónica, nos dejó la imagen de una persona cuya empresa principal ha sido su familia, aquella de la cual obtuvo el legado de ser un grifero y aquella que aún hoy lo mantiene feliz. 



RENATO LAZO
GERENTE GENERAL
AGESP

EL DESARROLLO DEL GNV EN LAS ESTACIONES DE SERVICIO, LAS FALLAS DEL MERCADO Y LAS FALLAS DE LA REGULACIÓN EN EL SECTOR

Dado que esta no es una publicación de carácter académico pero el tema que propongo es uno técnico, intentaré proponerlo de una manera simple, es decir, no pretendo hacer de este artículo, un ensayo o una tesis doctrinal, sino más bien algo práctico. De esa manera me aproximaré a los aspectos que, a mi juicio, son los de mayor impacto y preocupación para las empresas y empresarios que se dedican a la comercialización de GNV en el Perú.

I. SOBRE LA POLÍTICA ENERGÉTICA PERUANA EN CUANTO A LOS COMBUSTIBLES PARA LA ACTIVIDAD DEL TRANSPORTE:

Mediante Decreto Supremo 064-2010-EM fue aprobada la “Política Energética Nacional 2010-2040”. Posteriormente, con el Decreto Supremo 203-2013-MEM/DM, se aprobó el “Plan de Acceso a la Energía” 2013-2022 y, en noviembre del 2014 (poco antes de celebrarse la COP 20 en Lima), fue presentado el “Plan Energético Nacional” 2014-2025.

Esta política energética y los planes que de ella se derivan, han resultado coincidentes (al menos en apariencia) con las declaraciones que los sucesivos Gobiernos de Toledo, García, Humala y PPK realizaron públicamente, respecto a la “política de masificación del gas natural” y el siempre ansiado “cambio de la matriz energética en el transporte”.

En efecto, en el “Plan Energético Nacional 2014-2025” publicado, como señalaba, pocos días antes de la COP 20 de Lima, se indicaba, dentro de sus conclusiones más relevantes, que “... El gas natural será el recurso que más se utilice tanto a nivel del consumo final como en el sector transformación y la petroquímica, requiriéndose el impulso a la exploración y desarrollo de hidrocarburos, la construcción de una red nacional de gasoductos y la modernización de las refinerías.” Y añadía que “En términos de eficiencia energética la mayor preocupación es la reducción del consumo de diésel en el Sector Transporte. Entre las opciones está la conversión gradual del parque de camiones a gas natural”.

Estando a ello y entendiéndose que una política es cómo se determina a un elemento clave para los intereses de una nación y que, por tanto, sirve de guía para que el Gobierno (y no uno en concreto, sino todos) se comprometa con alcanzar el objetivo trazado (que además es ajeno a cualquier ideología), llama la atención que no exista suficiente coherencia entre lo que indica la mencionada Política Energética y el Plan Energético que se deriva de aquella, y lo que finalmente se hace. Veámoslo:

II. EL GLP VS EL GNV:

Hace algunos años, en esta misma publicación de AGESP, denuncié cómo, a mi modo de ver, existía una suerte de “competencia desleal” entre el GLP y el GNV, pues aún cuando ambos son gases que son utilizados como combustibles de vehículos y por tanto resultan uno sustituto del otro, el GLP “corría en el mercado” prácticamente “desregulado”, en tanto el GNV lo hacía “muy regulado”, lo cual, ante una nula o muy baja fiscalización y consecuentemente “desvalorización” del sistema de control de carga del GNV, se convertía en un incentivo negativo (o en realidad perverso) a su uso por parte de los consumidores.

En ese sentido, aun cuando la política energética y el plan energético del país eran “la promoción y uso del GNV en el transporte”, ello en realidad no se podía cumplir por incongruencias que se planteaban desde la misma regulación. De aquella edición del 2014 a esta, “mucho agua ha transcurrido”; sin embargo, la problemática explicada en el referido artículo y que ha sido sucintamente mencionada en el párrafo precedente, no sólo se ha mantenido, sino que la situación del GNV empeoró. De hecho, se ha pasado (y se puede volver a pasar) por momentos aún más complicados.

Por ejemplo, recordemos que en la etapa final del gobierno de Ollanta Humala se incluyó dentro del beneficio del Fondo de Estabilización del Precio de los Combustibles (FEPC) al GLP que estaba dirigido al mercado de envasado (ello bajo la creencia que era posible distinguir entre dos cosas iguales), pero que, para efectos de la “elección”, se decidió llamar a uno como GLPe y al otro como el GLPg.

Como resulta lógico, tal “distinción” resultó inmanejable y el FEPC terminó siendo “aprovechado” por malos empresarios que empezaron a derivar volúmenes “subsidiados” con el FEPC (es decir GLPe) desde el mercado residencial hacia el mercado automotor (GLPg), situación que no sólo generó una importante distorsión en el mercado del GLP sino que ha venido alcanzando también al mercado del GNV.

En efecto, el GNV al tener un precio regulado y requerir para su comercialización en las Estaciones de Servicio someterse a un proceso de compresión, tiene costos adicionales. Ello no ocurre (al menos en similar magnitud) con el GLP. Por tanto, si el GLPe es derivado al mercado del GLPg y comercializado en vehículos, el “ahorro” que puede tener un usuario utilizando GNV frente a otro que utiliza GLP (de “contrabando”) en su vehículo se reduce significativamente. Si a ello le sumamos la existencia de los desincentivos a los que nos referíamos en aquella edición del 2014, entonces es poco probable que, durante el tiempo que dure la inclusión del GLP en el FEPC, un usuario vehicular se decida por utilizar el GNV, pues la diferencia de precio entre ambos “gases” se hace poco significativa o, al menos, insuficiente para “incentivar” la conversión y el uso de vehículos al GNV.

Incluso ante la posibilidad de convertir “gratuitamente” un vehículo al GNV, si el precio del GLP (por el contrabando de GLPe) en la Estación de Servicio es menor o muy cercano al del GNV (como sucede en Ica), el usuario podría “aprovechar” la conversión “gratuita” o “cómodamente financiada” pero cargar en su vehículo GLP y no GNV.

III. EL MODELO REGULADORIO DE SUBSIDIOS CRUZADOS Y LA DISPONIBILIDAD DEL GAS NATURAL:

Nuestro modelo regulatorio ha sido ideado en base a “subsidiarios cruzados”, en donde la “gran demanda de generación eléctrica y la demanda industrial” soportan el costo de la inversión del concesionario en el “sector residencial” y, teóricamente, también al “vehicular”. Este modelo regulatorio, con varios aciertos y algunos desaciertos, ha funcionado en Lima, donde sabemos, existe una realidad bastante diferente a la del resto de las ciudades que conforman nuestro Perú.

En efecto, gracias a un (más que) centenario centralismo, en Lima se encuentra un gigantesco porcentaje de la industria peruana; y, definitivamente, la presencia del gas natural ha ahondado el crecimiento de esta ciudad y el centralización de la industria; pero, además, en cuanto a generación eléctrica (gracias al retraso e indecisión política para la construcción del gasoducto que lleve el gas hacia las ciudades del sur del país), se ha concentrado poco más del 44% de la generación eléctrica demandada por todos los sectores en el territorio nacional.

Entonces, para saber si el modelo regulatorio tiene viabilidad en el resto del país, considero que basta con observar lo sucedido con las demás concesiones de gas natural del país, donde, por ejemplo, las concesiones de GNL al sur y al norte no pudieron tener la puesta en operación comercial (POC) planificada para octubre de 2015, pues las autoridades de aquel momento no previeron (o previeron mal) algunos aspectos necesarios para que las mencionadas concesiones pudieran funcionar.

Ello ha retrasado las decisiones de renovación de flotas de transporte de aquellos buses y camiones que transitan desde Lima hacia el norte y sur del país; o, también, lo sucedido con la concesión de Ica, donde aunque se cuenta con un ducto que lleva a esa ciudad el gas natural que nos llega desde el Cusco, pero el desarrollo de la industria local resulta insuficiente para “subsidiar” el crecimiento de la red y por tanto y pese al gran esfuerzo y creatividad del concesionario, el desarrollo del GNV en la zona no termina siendo suficiente para animar a los empresarios del sector transporte a convertir sus flotas, pues resulta imposible transitar a más de 200 kilómetros en cualquier vehículo que use GNV en la ruta hacia el sur del país o incluso, hacia Ayacucho.

Por cierto, buena parte de los cuestionamientos a la continuación del gasoducto al sur está también sustentada en que “no existe la demanda suficiente” para sustentar tal inversión y por tanto, el país y los pobladores de aquella zona deben seguir careciendo de gas natural y con ello de mejores condiciones de vida y de competitividad para su agonizante industria local y, sufren de la imposibilidad de hacer realidad la posibilidad de usar el GNV en el transporte de personas y mercaderías (local e interprovincial). De esta manera, y con un país tan centralizado, en el que la concesión de Lima concentra prácticamente el 90% del total de consumo del GNV del país, las posibilidades de que el modelo regulatorio de los “subsidiarios cruzados” funcione es muy poco viable.

Y es que, en cuanto al GNV, si no contamos con disponibilidad de gas natural en las distintas ciudades del país, resulta muy complicado poder pensar en este combustible como sustituto de los combustibles más contaminantes como el Diésel y los Gasoholes y Gasolinas, pues los autos livianos no tendrán como abastecerse en sus localidades y los buses y camiones que transitan por las carreteras de nuestro país no migrarán sus motores a este combustible en tanto no haya puntos de carga de gas natural vehicular (GNC o GNL) a lo largo y ancho de la red de carreteras.



2019
¡Felices Fiestas!

AGESP desea a todos sus asociados y amigos una **Feliz Navidad** y un **Año Nuevo** colmado de éxitos y nuevos desafíos.

AGESP
ASOCIACIÓN DE GRIFOS Y ESTACIONES DE SERVICIO DEL PERÚ

WWW.AGESP.COM

IV. LA TARIFA DEL GAS NATURAL PARA EL SECTOR VEHICULAR

Cuando recién el gas natural llegaba a Lima se contaba con un aliciente a su uso en el sector automotor, éste consistió en un precio promocional de US\$ 0.80/MMBTU en boca de pozo. Ese precio que se mantuvo vigente por un lapso vinculado a un volumen de gas natural asignado y negociado por el Gobierno de la época con el concesionario, fue, sin duda, el mayor “motor” para el desarrollo del GNV en el país.

En efecto, el precio “preferencial” permitió que la competitividad del GNV frente a sus sustitutos no tuviera parangón, el GNV era, sin ninguna duda, el combustible más barato con el que se podía movilizar un taxi o un bus. El gran problema, en aquel momento, era cómo convencer al usuario particular de cambiarse al GNV...

Y menciono esto pues, a la fecha, contamos con más de 60 mil vehículos que fueron convertidos al GNV, y han dejado de cargar este combustible. Además que, según las proyecciones realizadas por el área de estudios económicos de la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio (AGESP), la reducción de los volúmenes totales de comercialización de gas natural vehicular (GNV) se empezará a reflejar a partir de este año con un decrecimiento que, hacia 2021, alcanzaría poco más del 13%.

La situación se hace más compleja si tenemos en cuenta que el precio del gas natural para el empresario que comercializa GNV resulta más caro en el resto de las concesiones del país (respecto de la concesión de Lima), por tanto, un transportista, para decidir la renovación de su flota al GNV o GNL no sólo pensará en el desafío logístico que representa su abastecimiento (situación que gracias al Microfueler del concesionario GNL del Norte, podría superarse en dicha concesión), sino que, además, deberá considerar que el precio de gas natural fuera de Lima es a duras penas competitivo frente al GLP (en caso de flotas de vehículos livianos) y que no encuentra real incentivo para la sustitución de los motores Diésel (en caso de vehículos pesados), pues recordemos que, según las prácticas nacionales, los camiones y buses utilizados durante su ciclo de vida en Lima, pasan a ser “revendidos” a otros transportistas de alguna otra ciudad del país (valor residual), pero que, en el caso de los camiones y buses a GNV, este valor residual es absolutamente inexistente.

¿Entonces, no resultaría acaso conveniente para al país que nuestras autoridades sectoriales estudien y discutan hoy, la posibilidad de tener (cuanto antes) una tarifa única de GNV a nivel nacional?

V. FALLAS DE MERCADO Y ERRORES COMERCIALES:

Estamos claros que el desarrollo de una red de distribución de gas natural implica una importante inversión que exige la conformación de monopolios naturales; que es justamente esta necesidad lo que exige la intervención del estado mediante la regulación de la actividad, y que, por desgracia, es precisamente la errática

intervención del estado la que ha generado que, en nuestro mercado, se presenten diversas fallas regulatorias como las que hemos venido refiriendo.

Sin embargo, en este punto quisiéramos mencionar muy sucintamente si acaso no hubo y hay actualmente algunas fallas o errores comerciales de los diversos agentes que participan de este mercado y que desmotivaron el uso del GNV.


Errores como el que comete un tallerista cuando busca “ofrecer un descuento” en el costo de la conversión de vehículos al GNV retirando, para ello, uno o más componentes del equipo de conversión; o errores como lo son la nula participación de COFIDE en el financiamiento de la compra de flotas de buses a GNV (pese a que es el mismo COFIDE quien tiene desde siempre la “llave” para asegurarse el repago del crédito concedido), pasando, desde luego, por los errores comerciales del productor y transportista del gas natural, que a diferencia de sus símiles eléctricos, han desaparecido del espectro, obviando la conveniencia que hubiera tenido para su propio negocio el no haber cesado en la promoción del GNV; y, desde luego, del propio concesionario de Lima, quien pese a distribuir más del 90% del total del volumen de GNV que se comercializa en el país, ha olvidado que para llegar al usuario final del gas natural vehicular es necesario pasar por el comercializador o estacionero (aliado comercial).

Y es que cosas tan simples como proporcionar a este estacionero información oportuna respecto de la variación del precio del gas natural que le es suministrado por la red de ductos no es una decisión conveniente, pues lo debilita financieramente y perjudica en el mediano y largo plazo la imagen del GNV; o, que pretender el cobro del “mayor derecho de conexión” a aquella estación de servicios que vende más GNV a los usuarios vehiculares es en realidad un desincentivo a seguir comercializando este combustible y que reduce (por no decir, confisca) los márgenes de los estacioneros; y que aun cuando, por el momento, estas decisiones “comerciales” podrían estar generando réditos económicos, el periodo que queda de la concesión a su cargo no es corto, y por tanto y sin la menor duda, la suma de todas estas acciones no resultarán precisamente la mejor manera de tratar a un “aliado comercial”, especialmente ante un panorama en el que se hace claro el “encantamiento de las autoridades” por la proximidad en la utilización de nuevas tecnologías en el transporte y el inmenso interés que hay en diversas organizaciones internacionales por promover la tecnología EV.

VI. A MODO DE CONCLUSIÓN:

Las “fallas de la regulación”, que hemos referido con ejemplos y reflexiones en los párrafos precedentes, son evidentes.

Como ciudadano y gerente de un gremio empresarial peruano, tengo la sensación de que nuestro país va hacia un puerto al que, en realidad, no se quiere llegar; o que, cuando “remamos” hacia una dirección, lo hacemos con duda, con ganas de no ir hacia donde nos hemos propuesto como meta (como política). De hecho, éstas “fallas en la regulación” (que pretendieron inicialmente dar solución a “fallas de mercado”), han devenido en fallas tan profundas que son ahora “fallas de gobierno”. “Fallas de gobierno” que no nos permiten ver con claridad cómo, los importantes objetivos (supuestamente) planificados por el Estado, podrían ser inalcanzables sí, además, embarcamos al país en un nuevo mega objetivo como el de promover, en esta etapa, la movilidad eléctrica.

Soy un convencido que la movilidad eléctrica es, sin la menor duda, el futuro y esperanza de la movilidad en nuestro planeta, pero el GNV es el combustible del presente, de esta etapa de transición que, de recorrerla correctamente, nos asegurará llegar, paso a paso y sin tropiezo, hacia ese futuro. Conducirnos hacia ese destino, es la verdadera tarea y responsabilidad de nuestras autoridades. 

DEMANDAS Y COMPROMISOS EN LA CUMBRE DE MÉXICO



EN LA 55ª CLAEC, REALIZADA EN CANCÚN, FUERON APROBADAS DIVERSAS SOLICITUDES DIRIGIDAS A LOS GOBIERNOS DE LOS 13 PAÍSES QUE FORMAN PARTE DE LA ORGANIZACIÓN.

En los primeros días de octubre se realizó la 55ª versión del Congreso de la Comisión Latinoamericana de Empresarios de Combustibles (CLAEC) que reunió a los máximos ejecutivos de 13 asociaciones de estaciones de servicio de igual cantidad de países del norte, centro y sur del continente americano.

México fue el anfitrión de esta nueva versión del congreso que tuvo como título y eje central de la discusión: “El impacto del transporte en el almacenamiento y logística en la rentabilidad de las estaciones de servicio”. Durante tres días, los líderes reunidos en el hotel Xcaret de Cancún, disertaron sobre ese complejo tópico que impacta directamente en el negocio.

Al CLAEC 2018 llegaron delegaciones de gremios y asociaciones de Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Hondu-

ras, Paraguay, Uruguay y México. En representación de la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio del Perú viajó una comitiva liderada por Renzo Lercari, actual presidente de la institución

El pronunciamiento con el que se cerró el mayor encuentro de asociaciones de estaciones de servicio de esta parte del mundo, fue un conjunto de invocaciones, pero también de compromisos, que constituyen un manifiesto que cada dirigente buscará ejecutar en su lugar de origen.

“El impacto en el costo del transporte, el almacenamiento y logística juegan un papel fundamental en la operación de las estaciones de servicio. Cada uno de estos factores debe ser analizado independientemente, siendo determinantes como parte de la cadena de valor del suministro de combustible”, señala el pronunciamiento que lleva la rúbrica de los 13 representantes que asistieron al congreso.

LOS EMPRESARIOS de las estaciones de servicio se comprometieron a constituirse en un fuerte promotor del empleo.

El reto para las estaciones de servicio es manejar con eficiencia cada uno de dichos impactos con el fin de evitar que afecten la rentabilidad de la operación, precisa el documento. En ese sentido, es “imprescindible” el cumplimiento de las regulaciones establecidas para que el consumidor final siempre reciba un servicio de calidad, “en condiciones óptimas de seguridad, comodidad y rapidez”.

No obstante, se evidenció que en los países donde el negocio es regulado, resultan poco significativos los impactos de los costos en transporte, almacenamiento y logística porque son asumidos por la autoridad competente en aras de mantener el “equilibrio financiero” del sector.

“Sin importar el modelo de mercado, demandamos que el Estado cumpla su papel promoviendo la competencia horizontal, prohibiendo la integración vertical y la formación de oligopolios, fortaleciendo la importancia del servicio hacia el consumidor como elemento diferenciador de los jugadores del mercado”, aclaró el documento en las conclusiones del encuentro.

Los empresarios de la región coincidieron en enfatizar que el Gobierno de cada país debe estar vigilante para que no se apliquen “prácticas de condicionamiento de ventas” sino, por el contrario, buscando que se garantice la capacidad de libre negociación entre las partes, “promoviendo la certidumbre, previsibilidad y cumplimiento de las condiciones comerciales pactadas”, con la finalidad de que las estaciones no sufran los cambios de las reglas del juego unilateralmente.

A su vez, los empresarios de las estaciones de servicio se comprometieron a constituirse en “un fuerte promotor del empleo” para ofrecer un servicio con calidad, calidad y seguridad.





GLP: LA DISCUSIÓN DE FONDO

TRES ESPECIALISTAS CONSIDERAN DE NECESIDAD URGENTE SACAR EL GAS LICUADO DE PETRÓLEO DEL SUBSIDIO CIEGO QUE SUPONE SU PRESENCIA EN EL FONDO DE ESTABILIZACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS COMBUSTIBLES. ¿LAS RAZONES? EN EL PRESENTE INFORME.

E

l Fondo de Estabilización de los Precios de los Combustibles (FEPC) se creó en el 2004 debido a que había mucha volatilidad en el precio del crudo y sus derivados a nivel internacional (diésel, gasolinas y gas licuado de petróleo). Para evitar esas variaciones en el mercado local, se planteó este esquema a semejanza del modelo chileno. Se trata de un compromiso que el Estado asume frente a las refinerías locales para que estas no trasladen el precio real internacional a la población.

Sin embargo, a medida que pasaron los años el fondo fue objeto de algunos ajustes. El ex viceministro de Energía Luis Espinoza, indica que el FEPC ha dejado de ser un mecanismo de estabilización para ser uno de subsidio, básicamente porque sincerar el precio de los combustibles puede tener un costo político para los gobiernos de turno, manteniéndolo como un instrumento para apaciguar la inflación en el mercado interno.





▶ **EL SUBSIDIO** al GLP envasado ha generado un contrabando que no es enfrentado por las autoridades.

“Siempre es un subsidio, porque no hay forma de recuperar ese dinero que gasta el Estado”, afirma.

En efecto, hasta setiembre de este año se estimaba que el Estado debía alrededor de S/ 1,000 millones a las refinerías, las que se quejaban de la falta de cancelación de este monto. Se trata de un pago directo que solo se podría recuperar en un eventual escenario de rebaja drástica de los combustibles, lo cual es poco probable.

El fondo está ocasionando algunas complicaciones y distorsiones en el mercado, la mayor de las cuales es la que se presenta en la comercialización del Gas Licuado del Petróleo (GLP), por lo que los especialistas consideran la necesidad de su retiro de ese mecanismo. Veamos por qué.

FONDO COMPLICADO

El economista Walter Espinoza, de Villaverde Consultores & Inversiones, señala que en el mercado existen dos tipos de GLP: El envasado (GLPE) y a granel (GLPG). Hace pocos años el Estado decidió retirar del fondo al GLPG porque se entendió que se orientaba al sector comercial (restaurantes, hoteles, industrias etc.) para quienes no se justificaba el subsidio. Para el caso de aquel que se orientaba al sector vehicular, se pensaba que existiendo el gas natural vehicular (GNV), que es más económico, no se requería ningún tipo de subsidio.

Químicamente el GLPE y el GLPG son lo mismo; sin embargo, algunas plantas envasadoras, aprovechando el

subsidio existente, a través del FEPC al GLPE han orientado parte de este combustible a los consumidores de GLPG, lo que es considerado como un contrabando interno.

“Más del 25% del GLPE se está canalizando a las estaciones de servicio e industrias debido a una mala práctica comercial de las plantas envasadoras que se están beneficiando económicamente de manera indebida, porque se están apropiando ilegalmente del subsidio, el que supuestamente está orientado a los peruanos de escasos recursos”, manifiesta el economista Espinoza.

Agrega que solo en el período mayo 2016 y julio 2018, el FEPC desembolsó un aproximado de S/144 millones para el GLPE, de los cuales S/ 64.7 millones se habría orientado a este contrabando.

Pero no solo es este asunto. Pedro Gamio, exviceministro de Energía, dice que el FEPC al subsidiar el GLPE, no solo perjudica al mercado formal y la caja fiscal por efecto del subsidio, sino que, además, alienta la importación de más GLP (salida de divisas) lo cual resulta un contrasentido al tener un combustible mucho más económico como el GNV.

En efecto, la presencia del GLPE en el mercado está desalentando la masificación del gas natural, castigando prácticamente todos los esfuerzos realizados en años anteriores para que este combustible llegue a más pobladores.

“Necesitamos reducir nuestra dependencia del GLP. La masificación del gas

HASTA SETIEMBRE DE ESTE AÑO SE ESTIMABA QUE EL ESTADO DEBÍA ALREDEDOR DE S/ 1,000 MILLONES A LAS REFINERÍAS.

natural vehicular está frenada y eso significa un mal negocio para el país”, sostiene Gamio.

Luis Espinoza considera de vital importancia revisar este asunto e intentar uniformizar el subsidio que se da al GLP a través del FEPC, por lo que considera que es mejor sacarlo de este esquema al promoverse un mercado negro. También explica que desdibuja la política de promoción del gas natural, pues con el subsidio del fondo, los precios del GLP vehicular y del GNV se acercan. También comenta que es muy difícil la fiscalización del GLPG, pues no hay forma de saber si en realidad viene de una compra que ha tenido el beneficio del subsidio del FEPC.

Tanto Walter Espinoza como Pedro Gamio están de acuerdo en adoptar acción inmediata para resolver el contrabando interno del GLPE. Para tal efecto creen que es necesario sacar este combustible del FEPC, pues de incluir al granel dentro del beneficio se continuaría afectando la masificación del gas natural.

Si la preocupación ante esta acción es que afectaría la economía de las amas de casa o de los sectores populares que usan este combustible, “esto no pasará”, indica el economista Walter Espinoza, pues el subsidio no tiene objetivos estratégicos o de focalización hacia estos sectores. Así, se trata de un subsidio ciego por cuanto no prioriza a los consumidores menos favorecidos (sectores D y E), pues los que mayormente se benefician son los sectores más acomodados en Lima, los cuales podrían virar hacia el gas natural.

“Además se viene duplicando el subsidio dado que existe el cupón del Bono-Gas por S/16 con el cual se obtiene un descuento en la compra de carga de GLP. Este sistema beneficia a las familias de

sectores D y E de la población. Se estima que los beneficiarios de este sistema son más de 1.5 millones de hogares”, asevera Espinoza.


La permanencia del GLPE en el fondo podría tener un impacto directo en la política de masificación de gas natural, debido a que ante reglas poco claras los inversionistas dejarían de invertir, por ejemplo en grifos, expansión de redes, etc. El exviceministro Luis Espinoza señala que esto se agrava “si mantienes políticas contrarias al uso del gas natural”. Un doble golpe.

“Hoy el Gobierno entrega bonos a la población para el consumo de balones de GLP, que es un bono que sale del FISE (Fondo de Inclusión Social Energético), un fondo público inicialmente orientado al desarrollo del gas natural. Lo que tienes son dos políticas débiles, con poco estudio y planificación. Afectando uno frente al otro”, explica el exviceministro.

En efecto, el débil impulso al gas natural vehicular y el subsidio al GLPE han promovido que el número de conversiones de vehículos en el Perú se haya redu-

cido. En el 2008 se registraron 34,457 vehículos convertidos, mientras que el año pasado la cantidad de conversiones ni siquiera pasó la tercera parte de aquella cifra. Igualmente, el consumo del GNV ha pasado de 7,608 metros cúbicos diarios por estación de servicio a 5,181.

En tanto el GLP orientado al mercado automotor se ha elevado considerablemente, pasando de 364,492 toneladas métricas (TM), en el 2013, a 589,875 TM en el 2017. El economista Walter Espinoza considera que el componente del GLP vehicular es de 35% y que sigue aumentando básicamente porque no hay incentivos para que en los vehículos del parque automotor se haga la conversión al GNV.

Estas cifras son suficientes para demostrar que el GLPE de contrabando está ganando terreno en desmedro de la política de Estado de masificar el gas natural. Es necesario, entonces, corregir esta distorsión. ¿Se atreverán nuestras autoridades? Esperamos que sí. 



SOLUCIONES INTEGRALES PARA GRIFOS Y ESTACIONES DE SERVICIO

- ✓ Laboratorios acreditados ante INACAL en ISO 17025.
- ✓ Sistema exclusivo Q-Fuel para visualizar y gestionar resultados de análisis de combustibles.
- ✓ Capacitación especializada diseñada a la medida y con tecnología de avanzada (simuladores, juegos interactivos, etc.).

CONTÁCTANOS:

(511) 517 - 1900 / pe.servicios@sgs.com
 9999 79079 / www.sgs.pe



ESTACIONES DE SERVICIO:

LAS ANCLAS

DE LOS

TRUCK

CENTERS

EN EL PERÚ LOS TRUCK CENTERS AÚN SE ENCUENTRAN EN UNA ETAPA MUY GERMINAL. EN EL 2013 EL MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES (MTC) ENCARGÓ UN ESTUDIO PARA SABER SI SU DESARROLLO EN EL PAÍS ES VIABLE. AQUÍ PARTE DE LOS RESULTADOS

El mercado peruano de comercialización minorista de combustibles es muy particular: siendo atomizado ha permitido el surgimiento de propuestas de distintas dimensiones. Según estadísticas que manejamos al interior de la Asociación de Estaciones de Grifos y Estaciones de Servicio (AGESP) se estima que hay alrededor de 4,407 estaciones de combustible en todo el país, de las cuales 1,063 se encuentran en Lima y Callao (8% del territorio nacional), mientras que 3,300 están distribuidas a lo largo y ancho de la nación (82% del territorio).

La data no refleja el tipo de estaciones, su dimensión, o el tipo de servicio que prestan. Obtener tal información podría ser relevante al posibilitar el conocimiento de las oportunidades de inversión para los que estamos en este negocio, pues, además, aún no se ha definido cuántas de estas estaciones de servicio están en zonas urbanas o en rutas de transporte.

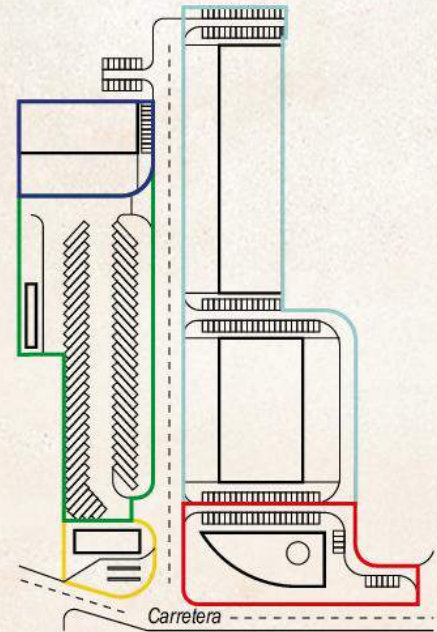
En junio del 2013, por encargo del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) la consultora *Transportation, Infrastructure&Logistics* realizó un estudio indicando la necesidad de mejorar los servicios de atención para la carga y pasajeros vinculados a la mayoría de rutas de trans-

porte. Se estableció la necesidad de implementar un servicio de atención que en el mundo se conoce como los *Truck Centers*, que en su traducción literal significaría un estacionamiento de camiones, pero que en su versión más amplia representa mucho más que eso: se trata, en realidad, de centros de atención a los transportistas, sean estos de carga o pasajeros.

Los *Truck Centers* son establecimientos que desde hace mucho tiempo han sido implementados en distintos países del mundo. Por ejemplo, en Italia se les conoce como *Autopertos*; en Francia como *Centre Routiers*. Estos son recintos muy

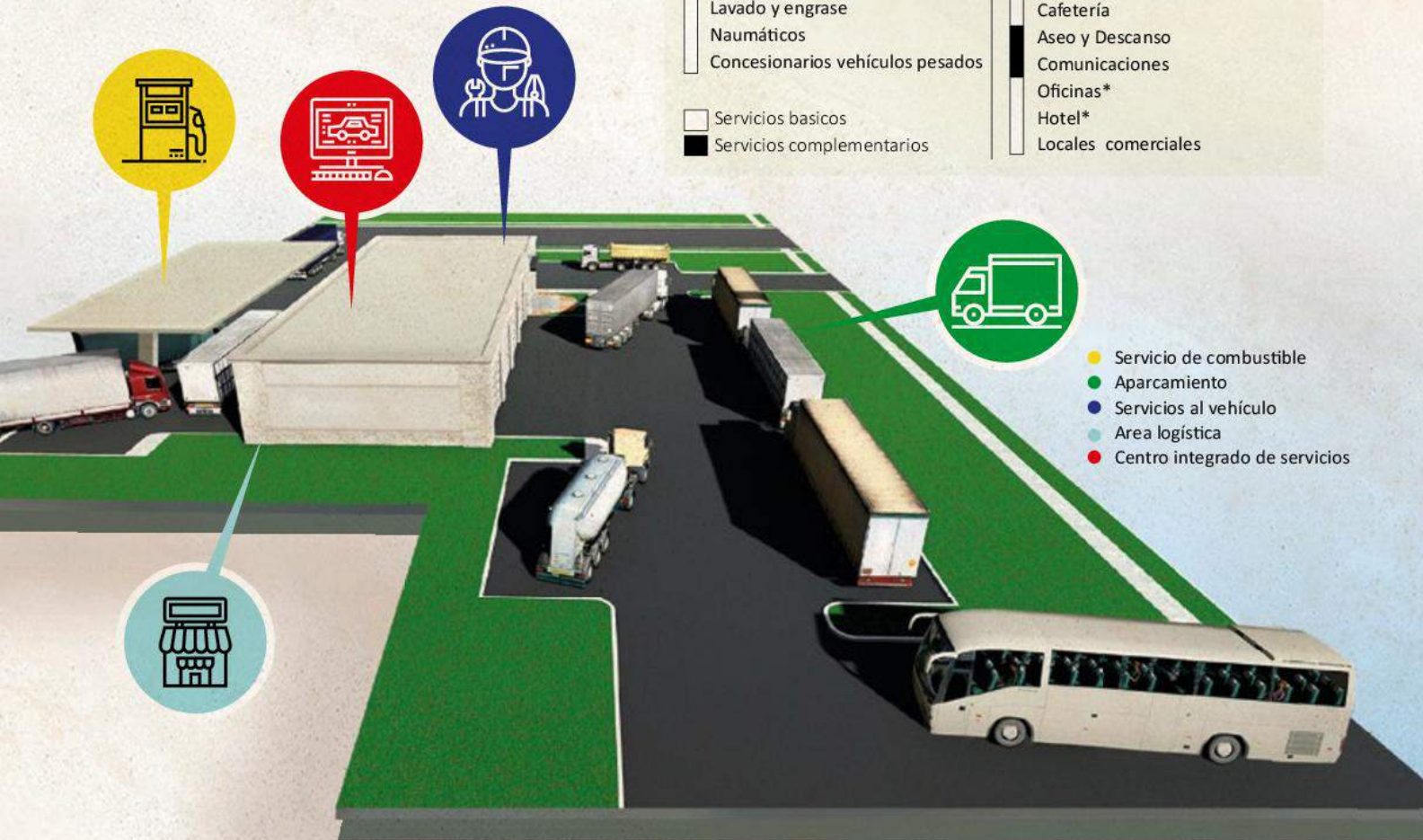
próximos a carreteras que apuntan a prestar servicios a los vehículos pesados de transporte de mercancías y a las personas (tripulación o pasajeros).

Son básicamente una versión ampliada de una estación de servicio por cuanto ahí se encuentra desde combustibles para los vehículos, hasta auxilios mecánicos; estacionamiento, alimentación, tiendas de conveniencia, servicios higiénicos, cafeterías, e incluso pequeños hoteles. Su versión más reconocida es la de un pequeño centro logístico subordinado a la estación de servicio, pero con otro tipo de esferas.



Truck Center

ESQUEMA CENTRO DE SERVICIOS AL TRANSPORTE (GUADIX, ESPAÑA)



CONCENTRACIÓN

SERVICIO AL CAMIÓN

- Gasolinera
- Aparcamiento rotación
- Aparcamiento abonados
- Lavado y engrase
- Naumáticos
- Concesionarios vehículos pesados
- Servicios básicos
- Servicios complementarios

SERVICIOS AL TRANSPORTISTA

- Tienda Conveniencia y Recambios
- Aparcamiento de ligeros
- Restaurante
- Cafetería
- Aseo y Descanso
- Comunicaciones
- Oficinas*
- Hotel*
- Locales comerciales

- Servicio de combustible
- Aparcamiento
- Servicios al vehículo
- Área logística
- Centro integrado de servicios

DIMENSIONAMIENTO CON INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS

Estacionamiento de pesados ⁽¹⁾	12,500 m2
Estacionamiento de ligeros ⁽²⁾	9,100 m2
Grifos	5,000 m2
Lavado y engrase	1,200 m2
Talleres de reparación	1,200 m2
Tienda de recambios	1,200 m2
Reparación neumáticos	1,200 m2
Taller de mantenimiento	1,200 m2
Restaurante/cafetería	1,200 m2
Área de aseo y descanso	1,200 m2
Tienda de conveniencia. Minimarket	1,200 m2
Locales comerciales, comunicación y oficinas ⁽³⁾	1,400 m2
Hotel	6,200 m2
Naves modulares ⁽⁴⁾	12,000 m2
Resto de urbanización ⁽⁵⁾	10,000 m2
Total 66,686 m2	

DIMENSIONAMIENTO CON INSTALACIONES BÁSICAS

Estacionamiento de pesados ⁽¹⁾	12,500 m2
Estacionamiento de ligeros ⁽²⁾	833 m2
Grifos	5,000 m2
Área de aseo y descanso	1,200 m2
Resto de urbanización ⁽³⁾	3,447 m2
Total 22,980 m2	

⁽¹⁾ Módulo básico: 100 plazas de estacionamiento

⁽²⁾ Ratio: plaza de aparcamiento por 30m² construidos

⁽³⁾ Supuesto en entreplanta de locales comerciales

⁽⁴⁾ Módulo básico, al multiplicar en caso de incremento de demanda

⁽⁵⁾ Estimación de un 15% de la superficie total en concepto de viales y espacios

En Brasil, la empresa Petrobras implantó modelos de *Truck Centers* en distintas partes del país en base a sus estaciones de servicio con el sello de “Siga Bem”, desarrollado con el concepto de “Tu hogar lejos de casa”.

En EEUU existe gran variedad de *Truck Stops*, muchos de los cuales son estaciones de servicio hasta grandes plazas con instalaciones múltiples. Hoy en día, numerosos *Truck Stops* (se estima en unos 8,000 mil) son plazas que ofrecen combustible y productos de aseo; hay restaurantes, salones, tiendas de souvenirs y centros de juego, tanto para transportistas como para viajeros.

Las marcas que han trabajado este formato son: *Pilot Flying* (630 centros), *Love's* (290), *TA Travel Centers* (167) etc. Entretanto, el desarrollo de los *Truck Centers* en España y Francia ha sido impulsado por iniciativas públicas de los ayuntamientos donde se ubican estos centros.

Los *Truck Centers*, que es el término más usado a escala mundial, han desarrollado servicios que incluso van más allá del aspecto comercial, con áreas de descanso, vista hacia paisajes (vinculando parajes turísticos) y recreación.

Sin embargo, esos establecimientos, en esencia, se enfocan en cuatro servicios básicos: estación de servicio (combustible, tienda de conveniencia, cafetería, lavado y engrase); restaurante (cafetería, autoservicio); talleres (reparaciones, mantenimiento, mecánica rápida, revisión de neumáticos, lavado y engrase), y estacionamiento.

Uno de los ejes fundamentales de los *Truck Centers* es el abastecimiento de combustible, y hay algo de oferta dispersa a lo largo de la red de carreteras del Perú, sin planificación previa, atendiendo una demanda espontánea del sector transporte. En ocasiones parte de esta oferta invade zonas de derecho de vía.

“La estación de servicio junto al estacionamiento son los negocios ancla del *Truck Center*, dispuestos a

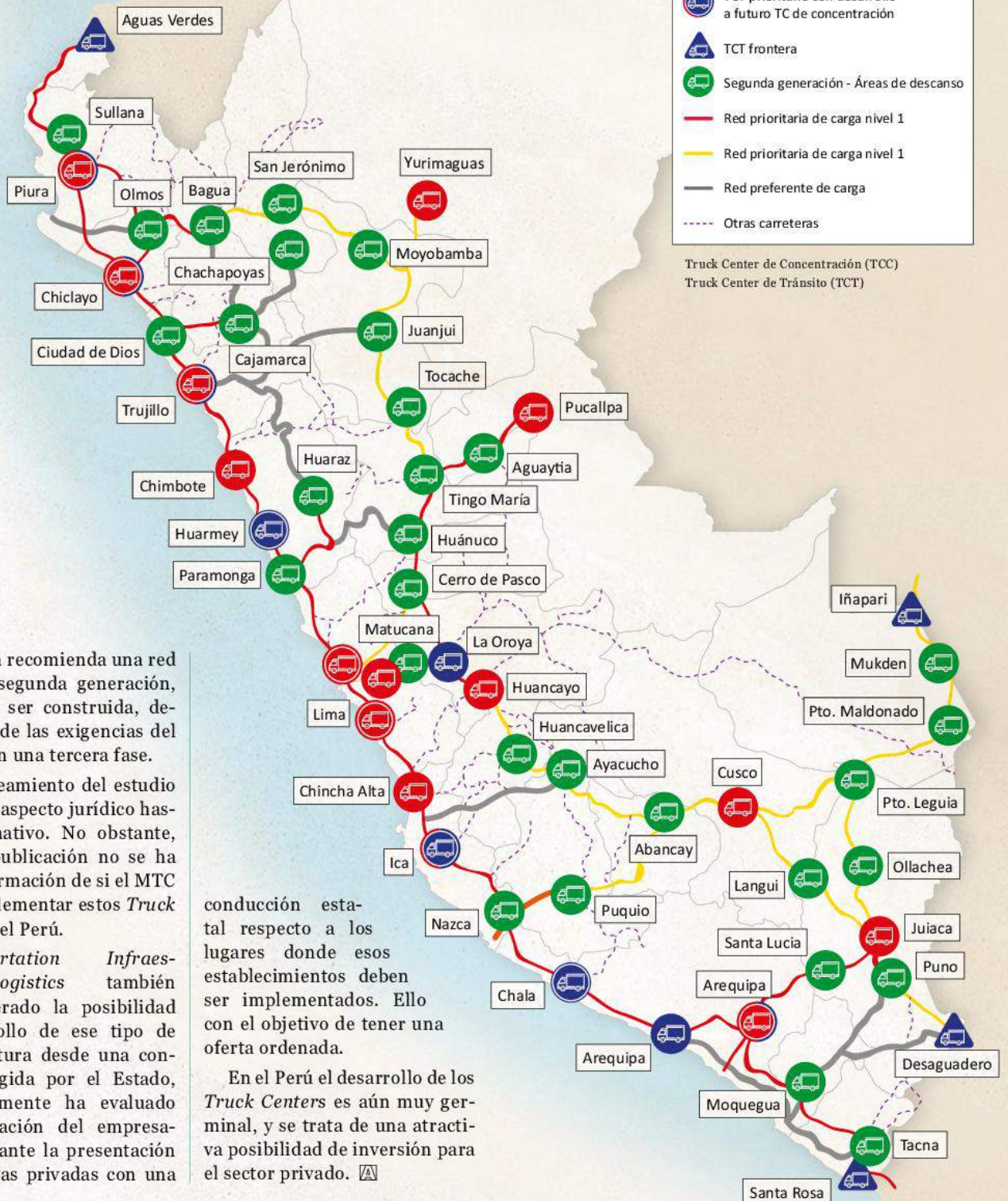
EN EEUU EXISTE GRAN VARIEDAD DE TRUCK STOPS, MUCHOS DE LOS CUALES SON ESTACIONES DE SERVICIO HASTA GRANDES PLAZAS CON INSTALACIONES MÚLTIPLES.

participar y a contemplar las mejores opciones legales y contractuales para su desarrollo; y también a participar en su promoción, siempre que se den adecuadas condiciones de negocio”, precisa el informe emitido por *Consultora Transportation Infraestructure&Logistics* como parte de sus conclusiones en el estudio que le encargó el MTC en el 2013.

Según ese estudio, las características para la instalación de los *Truck Centers* son distintas. Una ruta de penetración demanda algún tipo de servicio diferenciado al de una carretera de elevado tránsito. Según la evaluación realizada por la consultora, para el caso se podrían diferenciar dos tipos: los *Truck Centers* de Concentración (TCC) que demandarían un desarrollo logístico mayor, espacios más amplios e incluso servicios estatales vinculados al transporte (SUNAT, SUTRAN, etc.) y espacios para la transferencia de mercancías. Y un segundo nivel que son los *Truck Centers* de Tránsito (TCT).

El estudio, de alrededor de 300 páginas, hace una evaluación pormenorizada respecto a las zonas de instalación de esta red, indicando que los *Truck Centers* Prioritarios (TCP) son los que deben desarrollarse con urgencia; mientras que los no prioritarios, podrían ser construidos en un mediano plazo.

Truck Center en las rutas del Perú



También recomienda una red de TC de segunda generación, que podría ser construida, dependiendo de las exigencias del mercado, en una tercera fase.

El planteamiento del estudio va desde el aspecto jurídico hasta el normativo. No obstante, desde su publicación no se ha tenido información de si el MTC espera implementar estos *Truck Centers* en el Perú.

Transportation Infrastructure & Logistics también ha considerado la posibilidad del desarrollo de ese tipo de infraestructura desde una concesión dirigida por el Estado, pero igualmente ha evaluado la participación del empresario mediante la presentación de iniciativas privadas con una

conducción estatal respecto a los lugares donde esos establecimientos deben ser implementados. Ello con el objetivo de tener una oferta ordenada.

En el Perú el desarrollo de los *Truck Centers* es aún muy germinal, y se trata de una atractiva posibilidad de inversión para el sector privado.

LO QUE DEJÓ EL CONGRESO NACIONAL DE ESTACIONES DE SERVICIO

LA ACTUAL COYUNTURA Y EL FUTURO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE COMBUSTIBLES FUERON DESARROLLADOS AL DETALLE EN EL ENCUENTRO ORGANIZADO POR LA AGESP.

La tercera versión del Congreso Nacional para Estaciones de Servicio, el mayor encuentro del año de empresarios de estaciones de servicio, puso un énfasis especial en la situación de la demanda del gas natural vehicular (GNV) y en las conversiones de autos para que trabajen con dicho combustible; en el perjuicio económico que causa el contrabando de gas licuado de petróleo (GLP) por el mal uso del subsidio que recibe el GLP envasado del Fondo para la Estabilización de los Precios del Combustible; y en el futuro de las estaciones de servicio (EDS) frente a los cambios tecnológicos, como el transporte eléctrico y el control remoto del negocio, que inevitablemente transformarán al sector.

El encuentro fue organizado por la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio del Perú (AGESP) y congregó principalmente a sus asociados que llegaron desde distintas partes del país para conocer el estado actual de su sector y los escenarios que pueden surgir en años venideros. El colofón del foro, que tuvo como sede al hotel Hilton, fue la charla magistral “El código retail en tu estación de servicio”, a cargo del experto en retail marketing español Jacinto Llorca, quien dictó, en los dos días posteriores, un taller en el que ahondó los conocimientos que expuso en el congreso.

¿SE FUE EL TREN DEL GNV?

Óscar Echegaray, especialista en Regulación Tarifaria de Gas Natural del Osínergmin (el organismo regulador), analizó, en su presentación, algunas de las causas que frenaron el creci-

miento de las conversiones de automóviles al GNV, tal como se evidencia en las cifras del Infogas, el sistema que controla todas las conversiones y el consumo del energético en el país.

“Somos conscientes que al comienzo había pocas estaciones (de servicio que ofrecían GNV) y eso generaba un problema para recargar, pues se tenía que esperar horas. Eso fue un freno para las conversiones”, comentó Echegaray.

La escasez de EDS con GNV se revirtió en pocos años, pero si no hubiese ocurrido ese inconveniente, el ritmo de conversiones pudo ser más agresivo, explicó el especialista.

No obstante, Echegaray señaló que aún es alto el potencial para realizar conversiones, aunque se necesita mejoras en distintos eslabones del sistema.



▶ LOS ALTOS DIRECTIVOS de la AGESP y asociados de distintas partes del país se dieron cita en el encuentro.



“El consumo del GNV está bajando y en buena parte es porque hay fallas en las políticas comerciales del distribuidor. Si quiere vender más gas debe tomar algunas medidas y decisiones comerciales en pro de quienes son los que corren con el peso del negocio, que son las estaciones de servicio. A partir de este año hay un decrecimiento (en las conversiones) y esto es algo trágico”, lamentó Renato Lazo, gerente general de la AGESP, durante su ponencia.

Lazo precisó que el gremio está buscando tender puentes con todos los involucrados en el mercado del GNV para buscar fórmulas con qué revitalizarlo. Al respecto, destacó que COFIDE, operador del Infogas, esté implantando mejoras al sistema de carga, aunque reconoció que éstas se hicieron esperar mucho tiempo.

RENATO LAZO, GERENTE GENERAL DE AGESP, DIRIGIÓ SU INVOCACIÓN AL GOBIERNO CENTRAL PARA QUE ASUMA EL LIDERAZGO DEL RUBRO Y MANTENGA FIRME EL RITMO TRAZADO EN LA POLÍTICA ENERGÉTICA.

“Tal vez el Infogas no nos da toda la información que quisiéramos tener. Con eso podemos tomar mejores decisiones”, manifestó el vocero de la AGESP

Renato Lazo también dirigió su invocación al Gobierno central para que asuma el liderazgo del rubro y mantenga firme el ritmo trazado en la política energética para evitar que el gas natural quede en la historia como otra “oportunidad desaprovechada”, como ocurrió en la época del caucho y en la del salitre.

“Se supone que tenemos una política energética que promueve la masificación del gas y la sustitución de los combustibles más contaminantes. Tenemos un plan energético al 2050 y hay compromisos de reducción de emisiones, pero de pronto sacamos una agenda paralela que es la de los vehículos eléctricos. ¿Qué tenían que ver los vehículos eléctricos con la política que estamos siguiendo?”, interrogó Lazo.



► **PRIMAX** estuvo presente en la exhibición que complementó las presentaciones del congreso.



► **FLUID CONTAINMENT** es un importante proveedor del rubro.



► **PETROPERÚ** ha tenido una activa participación en todas las versiones del encuentro de la AGESP.



► **EN EL CONGRESO**, la segunda vicepresidenta de AGESP, Rocío Zorrilla, entregó un reconocimiento al ingeniero Gustavo Navarro por sus 47 años de trayectoria en beneficio del sector.

La regulación también debe ser revisada para fomentar las conversiones y la aparición de estaciones de servicio y talleres afines. “Las indecisiones no permiten que haya más inversión. Es un momento muy delicado”, advirtió Lazo.

Con todo, las ventajas económicas del GNV siguen siendo contundentes al hacer la comparación con otros combustibles. Oscar Echegaray, con cifras en mano, afirmó que el consumo de un vehículo a GNV es 38% que el de uno a GLP. Mayor aún es esta diferencia con la gasolina de 90 octanos: según los cálculos del analista, el consumo mensual de un auto que utiliza gasolina de 90 asciende, aproximadamente, a S/ 1764, mientras que el de un carro a GNV llega a los S/ 763.

La distorsión en el precio del GLP envasado por el subsidio que recibe del Fondo para la Estabilización de los Precios del Combustible, ha generado un contrabando y una competencia desleal que perjudica a distintos actores formales del mercado. Ese aspecto fue comentado por Walter Espinoza, gerente general de Corporación Villaverde; Pedro Gamio, exviceministro de Energía, entre otros ponentes. Ellos coincidieron en señalar la urgencia de frenar la situación actual. (Este espinoso y complejo problema ha sido desarrollado en un informe insertado en esta edición).

EL RECONOCIMIENTO

Gustavo Navarro Valdivia, profesional del sector hidrocarburos con casi 47 años de trayectoria en los que logró ser Director General de Hidrocarburos y gerente co-

mercial de Petroperú, recibió un reconocimiento de manos de la vicepresidenta de la AGESP, Rocío Zorrilla.

En su intervención, Navarro habló acerca del futuro del sector y adelantó que en las próximas seis décadas el mundo seguirá dependiendo de los combustibles fósiles y de las estaciones de servicio para alimentar a los vehículos, pero “con seguridad” la industria cambiará radicalmente en un siglo.

El pronóstico de Navarro se basa en el estudio y desarrollo de la energía nuclear, de la solar, del hidrógeno y el plasma, sin contar la movilidad eléctrica que aún no alcanza un nivel competitivo para desplazar a los combustibles tradicionales.

Por ello, Gustavo Navarro enfatizó en la necesidad de aprovechar los recursos hidrocarburíferos que descansan en el subsuelo peruano, antes que sean obsoletos o que pierdan el valor que actualmente tienen.

Navarro se refirió a la preocupante situación de la exploración y explotación de hidrocarburos (*upstream*) en el Perú y planteó la necesidad de aprobar la renovada Ley Orgánica de Hidrocarburos para reactivar ese sector. “Tenemos potencial para ser autosuficientes en petróleo, pero se le ha puesto tantas dificultades a las empresas (del sector) que optaron por irse”, criticó Navarro, quien aseguró que por el lado del gas natural el potencial es aún mayor.

“Tenemos tanto gas, que el Lote 88 para el mercado interno es suficiente


para atendernos por 50 años; además hay gas en los lotes 56, 57 y en los que están alrededor de Camisea. Con esos recursos rápidamente podemos convertirnos en un suministrador regional”, destacó el ingeniero Gustavo Navarro.

Aprovechó para defender al fondo de estabilización de las críticas recibidas, principalmente, por el subsidio al GLP envasado.

“No se creó para subsidiar productos, se creó para evitar el impacto de la inestabilidad de los precios”, afirmó Navarro.

Explicó que dependiendo de la época del año, aumenta considerablemente el consumo en el hemisferio norte (donde se ubican los países más desarrollados). Ello genera que se eleve el precio de los combustibles, cosa que se evitó con la creación del fondo.


No obstante, Navarro reconoció que la herramienta ha tenido modificaciones y un manejo que desvirtuó su finalidad primigenia. “El fondo es como un cuchillo: en manos de un médico es un bisturí que salva vidas, pero en las manos de un delincuente es una chaveta que daña. Si una persona no sabe manejarlo, hace el daño que vemos hoy día (con el GLP). Se han hecho cosas irracionales”, lamentó.

El cierre de la jornada estuvo a cargo de Jacinto Llorca con una amplia e interesante charla, que incluyó recomendaciones para modernizar el marketing y las ventas en las Estaciones de Servicio. Con ello se puso fin al congreso, que despertó la motivación en quienes, posteriormente, asistieron al taller. 



 **EN LA EXHIBICIÓN** se pudo conocer distintas innovaciones para los surtidores.



 **REPSOL** puso en exhibición los distintos productos de su portafolio.



EL AVANCE DE QUAVII

Quavii es la marca comercial de Gases del Pacífico (Grupo Promigás) y responsable de la distribución de gas natural en las principales ciudades de las regiones norperuanas de Áncash, La Libertad, Lambayeque y Cajamarca.

Luis Guillermo Tello, responsable del área de Movilidad de Quavii, detalló en el congreso de la AGESP el desarrollo alcanzado por la empresa en su concesión,

Quavii tiene una capacidad de almacenamiento que asciende a 3110 metros cúbicos (m³) de gas natural licuado (GNL), 650 kilómetros (km) de redes construidas, 500 km de redes gasificadas, 30 mil ventas residenciales, 10 500 hogares habilitados, 35 industrias con contratos firmados y un grifo conectado a su red.

Tello precisó que hay otras cinco estaciones que venden el GNV a través de los ductos virtuales (camiones) que llevan el recurso desde Lima hasta su con-

cesión, tres talleres de conversión y más de dos mil vehículos que funcionan a gas. Una importante apuesta del distribuidor es la construcción de dos estaciones para GNL que serán las primeras en Latinoamérica.

El gas natural licuado utilizado como combustible ofrece una autonomía superlativa y es usado actualmente en todo tipo de vehículos en países con una industria gasífera sólida. Al respecto, Tello manifestó que entre lo que resta del año y el 2019 llegarán camiones que trabajen con el GNL.

Competimos con el GLP, los taxistas piden financiamiento para convertirse. Creo que el próximo mes podremos hacer un balance de los vehículos convertidos.

En la concesión de Quavii, el mercado potencial de conversiones abarca un millón y medio de vehículos. A ese segmento masivo se busca inculcarle el uso del GNL con vistas a su mayor rendimiento. En línea con su estrategia, Quavii trajo al Perú la primera estación de carga móvil que puede abastecer hasta 30 camiones que funcionan con GNL. 



UN CAMBIO DE CHIP

WORKSHOP PARA EMPRESARIOS Y GERENTES DE ESTACIONES DE SERVICIO

LA AGESP ORGANIZÓ PARA SUS AGREMIADOS UN SEMINARIO - TALLER CON EL EXPERTO ESPAÑOL EN MARKETING Y RETAIL JACINTO LLORCA, CON LA FINALIDAD DE ACTUALIZAR SUS CONOCIMIENTOS EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LAS ESTACIONES.



▶ **EL ESPECIALISTA** expuso las nuevas tendencias comerciales que se aplican en las estaciones de servicio modernas.

El complemento del III Congreso Nacional para Estaciones de Servicio, organizado por la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio del Perú (AGESP), fue el “Taller especializado en el gerenciamiento comercial para estaciones de servicio” que estuvo a cargo del capacitador en retail marketing de origen español Jacinto Llorca, autor del libro “Cómo vender más en tu tienda en una semana”.

Alrededor de 70 agremiados de la AGESP escucharon –el 18 y 19 de octubre– las experiencias y recomendaciones del destacado especialista.

Llorca, de plano, manifestó a los asistentes, que se dividieron en dos grupos, que es indispensable modernizar la óptica con la que gestionan sus empresas y esto implica, en muchos casos, un cambio de *chip* para orientar las estrategias y objetivos que consoliden un negocio sostenible y duradero.

En ese sentido, los invitó a reflexionar sobre interrogantes centrales como: ¿qué está pasando en el punto de venta?, ¿qué ocurre con las personas que trabajan en la empresa?, ¿qué cambios está teniendo el mercado?, entre otras.

El perfil del consumidor del siglo XXI fue analizado por Jacinto Llorca cuando expuso el panorama comercial en la actualidad. De igual forma, detalló cuáles son las tendencias comerciales que mejor funcionan y cómo se pueden aplicar en el universo de las estaciones de servicio.



▶ **JACINTO LLORCA** ha escrito dos libros sobre ventas y marketing.

“Hay que enfocarnos en cosas diferenciadoras. No vendamos cosas que la gente no quiere”, recomendó el experto español a los asociados de la AGESP.

Una serie de claves para la eficiente gestión comercial de una estación de servicio pormenorizó Llorca: precisó las bases para elaborar una estrategia comercial; enfatizó en la importancia de tener una buena gestión de los indicadores comerciales, de la sala de ventas y de los puntos de contacto con el cliente; y definió también cómo implementar políticas de mejora continua y de satisfacción al cliente, entre otros valiosos conceptos.

“La sonrisa es la mejor estrategia de ventas. Pero es difícil pedir a un colaborador que sonría si uno no lo hace”, comentó el exponente al destacar la importancia del área de Recursos Humanos.

“Si no encuentran a las personas adecuadas, ¿cómo vamos a ejecutar los planes y estrategias y todo lo que queremos llevar a cabo?”, interrogó.

Estrategias para motivar al equipo de trabajadores, fortalecer el servicio y –por ende– las ventas, fidelizar clientes, lograr una positiva presencia en las redes sociales, entre otros aspectos de la gestión de una estación de servicio moderna, fueron desarrollados por el consultor internacional, que tuvo su primer encuentro con comercializadores de combustibles peruanos. ☒



ECON. CÉSAR A. BEDÓN
MAGISTER
EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS, DOCENTE UPC

INFORMACIÓN AL USUARIO COMO UNA HERRAMIENTA EFICAZ

LA REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE COMBUSTIBLES CONTAMINANTES

La Directiva 2014/94/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea de fecha 22/10/2014 fijó una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador (reforzando la competitividad y la seguridad energética), mediante una utilización más eficiente de los recursos y de la energía. Se buscaba, además, una reducción de la dependencia de los transportes respecto del consumo de petróleo, promoviendo la utilización de combustibles alternativos mediante la implementación de una infraestructura que le resulte más promocional.

Esta mejor infraestructura comprende una serie de normas de cumplimiento obligatorio en la UE. sobre puntos de venta, etiquetados de surtidores, orientación al usuario, etc. En particular me voy a referir al Artículo 7º de la Directiva que trata sobre la información a los usuarios en siete disposiciones muy importantes, de las que rescato la tercera:

«En su caso, al indicar los precios de los combustibles en una estación de servicio, en particular para el gas natural y el hidrógeno, se exhibirá a efectos informativos, la comparación de los precios unitarios correspondientes. La exhibición de esta información




no desorientará ni confundirá al usuario. Para que el consumidor esté mejor informado y para dar una absoluta transparencia a los precios del combustible en toda la Unión, se facultará a la Comisión para que adopte mediante actos de ejecución, una metodología común

PRECIOS PROMEDIO AL CONSUMIDOR EN ESTACIONES DE SERVICIO Y GASOCENTROS DE LIMA METROPOLITANA

COMBUSTIBLE	UNIDAD DE VENTA	AGOSTO 2017	AGOSTO 2018	VARIACIÓN EN PEN	VARIACIÓN %
GLP	PEN/Lt	1.38	1.56	0.18	13.0%
GNV	PEN/m3	1.49	1.43	-0.06	-4.0%
GASOHOL 90	PEN/Gl	10.84	11.86	1.02	9.4%

Fuente: Documentos SCOP - OSINERGMIN



EL AUTOR SEÑALA que es indispensable desterrar la percepción de que el precio del GNV es mayor que el del GLP. 


para la comparación de los precios unitarios de los combustibles». Observemos cómo el usuario adquiere en la UE una importancia trascendental en la promoción del consumo de combustibles alternativos. Un consumidor desinformado no contribuye al cambio, cuestión que no reconocemos en nuestro país.

El diario Gestión del 25/02/2013 publicó mis declaraciones en el sentido de lo absurdo que era comparar los precios del GNV y GLP en los puntos de venta¹ por cuanto el precio del gas natural en el tótem se presentaba, y se sigue presentando, en metros cúbicos, mientras que el del GLP se muestra en litros, siendo mayor el poder calorífico del primero.

Igualmente, el diario La República del 04/03/2013 se hizo eco de nuestra propuesta titulado «*Proponen homogeneizar precios del GLP y GNV en las estaciones de servicio*»² recogiendo la opinión de la Asociación de Grifos y Estaciones de Servi-

cio del Perú (AGESP) con la finalidad de desmitificar que el precio del GNV era más caro que el del GLP. Mi opinión en dicha oportunidad fue «*César Bedón sostuvo que esta imagen de precios altos del GNV atenta contra la política presidencial de masificar el consumo del GNV, pues el automovilista no puede ver precios opcionales*».

Han pasado más de 5 años de esta iniciativa sin que hasta la fecha las autoridades del Ministerio de Energía y Minas hayan implementado nuestra sugerencia. Recuerdo que en una oportunidad un alto funcionario de la DGH me contestó que «*no era técnicamente posible*». De esta manera se dificulta hacer una evaluación comparativa correcta de la evolución de los precios de los combustibles.

A todo esto, agreguemos que el Reglamento de Comercialización de Hidrocarburos en nuestro país fue aprobado por el D.S.030-98-EM, manteniéndose el Art. 77° exactamente igual hasta la fecha (luego de 20 años de vigencia), que indica que «*Los establecimientos de venta al público de combustibles están obligados a colocar en paneles visibles y luminosos, los precios por galón de los combustibles que expendan*». 

¹ «César Bedón: Es absurdo comparar el precio del GNV y el GLP en los grifos» - <https://gestion.pe/economia/cesar-bedon-absurdo-comparar-precio-gnv-glp-grifos-32332>

² <https://larepublica.pe/economia/695682-proponen-homogeneizar-precios-del-glp-y-gnv-en-las-estaciones-de-servicio>

NUEVO CONSEJO DIRECTIVO DE LA AGESP SERÁ ELEGIDO EL 14 DE DICIEMBRE

La última actividad del año que organizará la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio del Perú (AGESP) consistirá en un desayuno empresarial a realizarse el 14 de diciembre en el hotel Los Delfines. Para la jornada se ha previsto una conferencia magistral del economista Luis Baba Nakao, catedrático de ESAN y expresidente de COFIDE, quien expondrá sus perspectivas para el año 2019. También se realizará la elección del nuevo Consejo Directivo de AGESP para el periodo 2019-2021. Se espera una nutrida y activa participación de los asociados que elegirán al sucesor de Renzo Lercari, quien lleva dos periodos al frente del gremio empresarial. A partir de enero, la nueva directiva tomará las riendas de la asociación y tendrá que asumir los desafíos para generar un mayor desarrollo del sector, así como crear condiciones favorables para que se dinamicen las inversiones en estaciones de servicio.



NUEVOS ASOCIADOS

Tres nuevos socios se integraron a la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio del Perú (AGESP) fortaleciendo nuestro gremio. Como se recuerda, la AGESP convoca y une a los comerciantes minoristas expendedores de toda clase de combustibles automotores, propietarios de grifos, estaciones de servicio y gasocentros.

AGREMIADO: ESTACIÓN DE SERVICIO SANTA ANITA
REPRESENTANTE: NOYLI CASTRO DE LA CRUZ
UBICACIÓN: AV. METROPOLITANA MZ CB LOTE 20 COOP SANTA AURELIA SANTA ANITA



AGREMIADO: ESCOH SAC
REPRESENTANTE: LOPEZ LANDAURO CESAR
UBICACIÓN: AV. BENAVIDES 1555 OFICINA 603-604 MIRAFLORES




Estación de servicio en Trujillo

AGREMIADO: GRANEL INDUSTRIAL
REPRESENTANTE: HUMBERTO ALAJANDRO LAZO MALDONADO
UBICACIÓN: JR. RESTAURACIÓN 328 URB. BREÑA - BREÑA
OFICINA: AV. BENAVIDES N° 1555 - OF. 603 - 604




REPSOL Y LA PRIMERA ESTACIÓN DE SERVICIO CON ENERGÍA SOLAR

Repsol puso en operación la Estación Sevilla, en Arequipa, primera Estación de Servicio en el Perú cuya energía es generada íntegramente por radiación solar. Está provista de paneles solares instalados en el mismo local. La Estación, que ha sido posible por su ubicación en una zona con mayor emisión solar, utilizará energía renovable y tendrá un sistema sostenible que permitirá cubrir todas las necesidades energéticas para su funcionamiento, incluyendo los equipos de despacho de combustible, iluminación y servicios adicionales. 




PRIMAX ADQUIERE 740 ESTACIONES DE SERVICIO EN COLOMBIA

La corporación Primax, que pertenece al Grupo Romero, anunció a fines de noviembre su ingreso al mercado de combustibles de Colombia, al cerrar la compra de Distribuidora Andina de Combustible (DAC), que comprende una red de 740 estaciones de servicio, 12 terminales de abastecimiento y una planta de lubricantes. Con esta adquisición, Primax se posiciona como una empresa multilatina con más de 2000 estaciones de servicio y ventas por más de US\$5000 millones en tres países (Perú, Ecuador y ahora Colombia). La compañía resaltó que esta nueva inversión es un paso más hacia su consolidación regional en una industria altamente competitiva. “Esta operación ratifica el potencial de internacionalización que poseen las empresas peruanas en el mercado regional, como Corporación Primax que con visión de futuro y una gestión del talento basada en el trabajo en equipo y buen clima laboral, busca trasladar su propuesta de valor a nuevos mercados”, sostuvo Carlos Gonzales Camargo, CEO de la multinacional. 

REY DE ESPAÑA INAUGURA UNIDADES PARA PRODUCIR COMBUSTIBLES MENOS CONTAMINANTES EN LA PAMPILLA

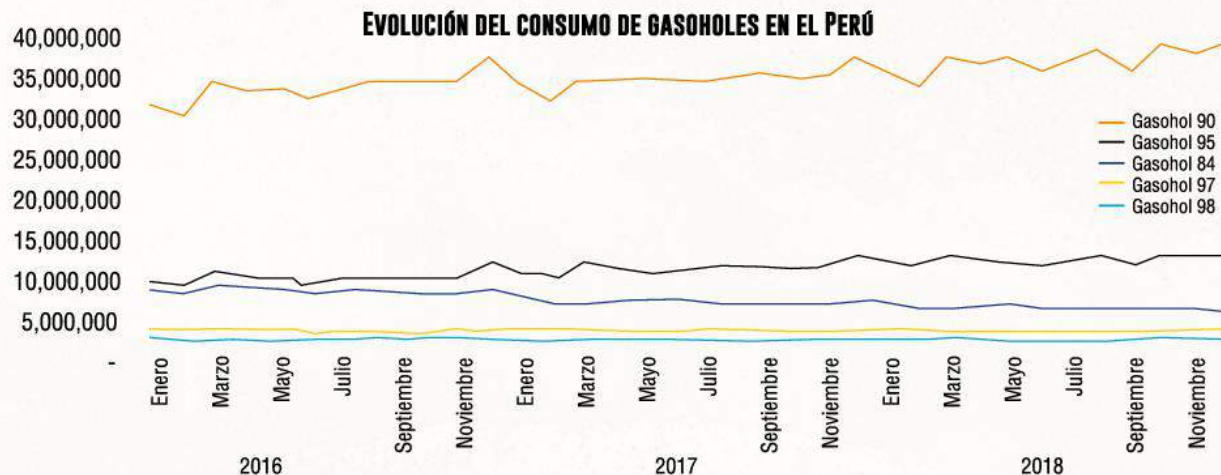


Con la participación del rey de España, Felipe VI y del presidente Martín Vizcarra fueron inauguradas las renovadas unidades de producción de la refinería La Pampilla, operada por la española Repsol, que le permitirán abastecer combustibles (gasolinas y diésel) con bajo contenido de azufre al mercado peruano; es decir, con productos menos contaminantes. La inversión que demandó modernizar la refinería fue de US\$ 741 millones. La construcción de las unidades se realizó con los más altos estándares en seguridad y gestión ambiental. La obra demandó 11 millones de horas-hombre y un total de 2500 trabajadores; ninguno de ellos sufrió algún accidente incapacitante. 

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA
MERCADO PERUANO



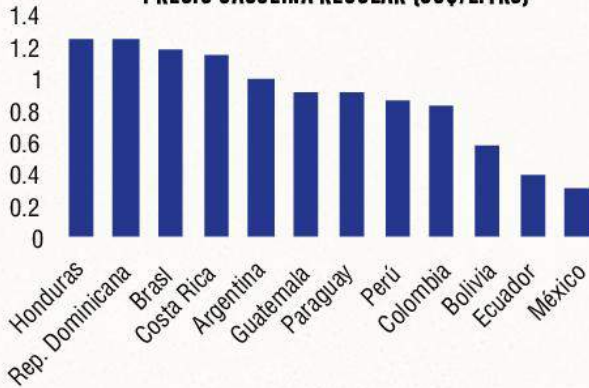
ESTACIONES DE GNV POR DEPARTAMENTO	Nº ESTACIONES	VOLUMEN M3	M3 POR ESTACIÓN
LIMA	297	59,507,028.00	200,360.60
ICA	16	1,258,966.00	78,685.35
PIURA	3	147,621.00	49,206.83
ANCASH	2	92,678.00	46,338.95
JUNÍN	2	92,678.00	46,338.95
LA LIBERTAD	2	92,678.00	46,338.95
LAMBAYEQUE	2	9,678.00	46,338.95
TOTAL	324	61201327	513,608.58



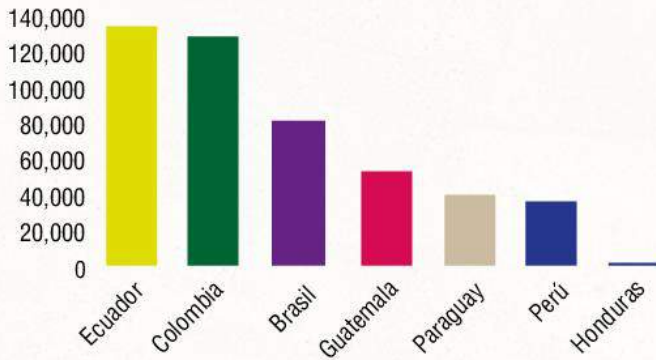
FUENTE AGESP

REGIÓN LATINOAMÉRICA

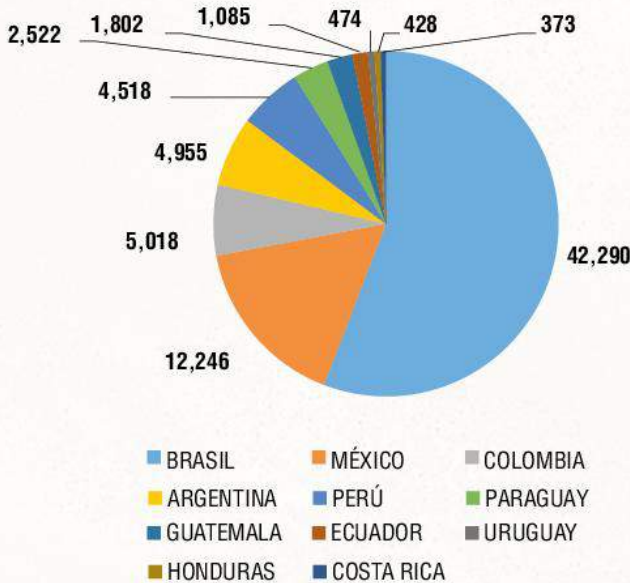
PRECIO GASOLINA REGULAR (US\$/LITRO)



VENTA PROMEDIO DE GASOLINA REGULAR POR PAÍS



Nº ESTACIONES : PAÍSES CLAEAC



FUENTE CLAEAC

EN AGENDA

2019

ENERO

09-10

2º Gas Stations Building Middle East

Los más altos ejecutivos de las empresas que manejan estaciones de servicio en el Oriente Medio se reunirán para analizar el diseño y construcción de ese tipo de infraestructura, reduciendo los costos y optimizando la eficiencia energética.

Lugar: **Rosewood – Abu Dabhi**

Organiza: **Advanced Business Strategy Associates (ABSA)**

FEBRERO

28

12º Foro de Grifos y Estaciones de Servicio

Todos los desafíos y cambios que afronta el mercado de la comercialización de combustibles serán abordados en un encuentro que ha logrado mantener vigencia a nivel local. Contará con representantes de las empresas más importantes del rubro.

Lugar: **Hotel Sonesta**

Organiza: **Perú Events**

Marzo

11-14

AltFuels México 2019

La cuarta versión de AltFuels promete superar el éxito de la edición pasada en la que los más de 150 expositores promovieron el uso del gas natural vehicular. Entre las empresas mexicanas que ya comprometieron su participación destacan Enco Gazel, Gascomb, Gazo, DINA y 14 empresas chinas dedicadas a la fabricación de dispensadores de gas comprimido y licuado.

Lugar: **Word Trade Center de la Ciudad de México**

Organiza: **AltFuels Communications Group**

¡AFILIESE A LA AGESP!

Invitamos a todos los grifos, estaciones de servicio y/o gasocentros a formar parte de la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicio del Perú (AGESP) que desde 1929 vela por sus asociados y por el desarrollo de esta actividad comercial.

¿POR QUÉ SER ASOCIADO?

Ser asociado permite:

- Pertener a una de las instituciones más importantes y sólidas del sector, con casi 90 años de existencia.
- Recibir el respaldo del Gremio frente a organismos reguladores, autoridades, medios de comunicación y opinión pública.
- Contar con profesionales expertos en temas de hidrocarburos y comercialización de combustibles.
- Recibir capacitaciones gratuitas y acceder a información especializada del sector.

AGESP PONE A DISPOSICIÓN DE TODOS SUS ASOCIADOS LOS SIGUIENTES SERVICIOS:



Asesoría especializada

Contamos con un staff de destacados profesionales con amplia experiencia en el sector.



Apoyo logístico

AGESP pone a disposición de sus asociados un seraphin de última tecnología, orientado a verificar que sus surtidores y/o dispensadores estén debidamente adecuados para el despacho de combustibles líquidos. Asimismo, ofrece a sus asociados sus modernas y cómodas instalaciones de su local institucional.



Relacionamiento entre asociados

AGESP tiene un programa anual de reuniones de camaradería y confraternidad. La participación es gratuita y permite el intercambio de experiencias y acercamiento entre los asociados.



Servicio informativo especializado

Permite acceder a la información más relevante para el sector y las acciones realizadas por la AGESP a través del Boletín Electrónico, Publicaciones Institucionales y nuestra página web.




Fortalecimiento de capacidades

AGESP ofrece a todos sus asociados capacitaciones gratuitas como cursos, seminarios, conferencias y talleres.



WWW.AGESP.COM 

719 0109 / 719 0112 

Afiliaciones@agesp.com 