

Negocios

Queremos tener estaciones de servicio en las vías 4G: Primax

Fernando Romero, cabeza del Grupo Romero, explicó la estrategia para fortalecer su presencia en Colombia. La expansión en el país se hará a mediano y largo plazo.

EN NOVIEMBRE de 2018 el Grupo Romero, a través de su filial Primax, adquirió por US\$232 millones cerca de 750 estaciones de servicio de combustible, 12 terminales de abastecimiento y una planta de lubricantes que eran propiedad de Distribuidora Andina de Combustibles (ExxonMobil).

En diálogo con Portafolio, Fernando Romero, presidente del Directorio Corporación Primax, considerado uno de los empresarios más ricos e influyentes en el sector alimentos, industria, logística, infraestructura y comercio de Perú, explicó como ha sido la entrada al país y cómo desarrollarán el negocio para ampliar la operación.

¿Cómo arranca Primax su operación de manera formal en Colombia?

Hace nueve meses asumimos la operación en Colombia, y vemos que hay un oportunidad importante para la marca. Una de las fortalezas de la Corporación Romero es cuidar sus marcas y las relaciones con los *dealers*. En poco más de 100 días, hemos logrado llevar la marca a 150 estaciones de servicio que antes eran ExxonMobil.

¿Con cuántas estaciones de servicio inicia Primax su tarea?

Operará una red de 750 estaciones, de las cuales 120 son administradas directamente. Lo que es claro, es que nuestro modelo en Colombia será más con *dealers*, pero se complementará con una red propia de estaciones de servicio. Y esta última, tampoco será muy grande.

En Perú el modelo de negocio que ustedes desarrollan es con estaciones propias, ¿lo aplicarán en Colombia?

El primer paso al asumir este reto es el de ir cambiando la marca en todos los puntos que tenían el anterior sello ExxonMobil. Pero



"Llevaremos la marca a los grandes proyectos viales", Fernando Romero, presidente Corporación Primax. Héctor F. Zamora/CEET

si hay interés de más terceros en operar bajo nuestra marca, sin duda estudiaremos las propuestas. Y si se presenta oferta para que nosotros adquiramos la estación, también lo someteremos a discusión.

Al asumir la operación en Colombia, se convirtieron en los segundos de la lista en distribución de combustibles.

Quedamos con el 22% del mercado. Y vemos un potencial para crecer, pero paso a paso. Por lo pronto, lo que buscaremos es consolidar el desarrollo del negocio. Y más adelante pensare-

“El mayor número de estaciones se concentrará en las cinco principales ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga”.

mos en cómo crecer la operación de manera mesurada. Si nos acepta el consumidor iremos creciendo.

Aún seguimos en la tarea de cambiar la marca de ExxonMobil a Primax. Este es un mercado muy dinámico donde el consumidor colombiano se beneficiará. Sin duda aspiraremos a ampliar la operación.

¿Cuál fue la inversión para el cambio de marca en las estaciones de servicio?

La inversión que se destinó para el cambio de marca y adecuación de las estaciones de servicio, fue de US\$42 millones. Este mon-

to tiene como objetivo el posicionamiento a mediano y largo plazo. Repito, la marca tiene que ser bien recibida por los consumidores.

¿Cuál es la proyección en ganancias, en un año?

Al entrar por primera vez a un país las utilidades no serán las mejores en un principio. Invertir en marketing y cambiar la identidad en las estaciones de servicios tiene un costo alto. Y el retorno solo se ve unos años más tarde. Pero si se ha hecho un buen trabajo de posicionamiento, después de cinco o seis años se comenzará a ver una ganancia impor-

tante. Nuestra estrategia no es a corto plazo. La Corporación lleva haciendo negocios más de 127 años, y la premisa es siempre pensar a mediano y largo plazo.

El foco del negocio serán las mismas estaciones de servicio, ¿cuál será la estrategia para atraer más clientes?

Nuestro valor agregado será ofrecer en cada una de nuestras estaciones productos y servicios diferenciados, los cuales buscarán generar recordación. Ofreceremos la alternativa de Puntos Colombia, también un amplio portafolio de aceites, aditivos y lubricantes. Así mismo, nuestra tienda de conveniencia llamada 'Listo', que será lanzada próximamente a través de franquicias.

¿Cuál será el valor agregado de las estaciones de servicio marca Primax?

Nosotros consideramos que las estaciones de servicio son como un retail. La estrategia es ir más allá del mismo concepto de una estación de servicio. El valor agregado está en el servicio. Y el servicio de primera calidad. Es generar en cada punto una experiencia inolvidable de retail. Lo secundario es el suministro de combustible.

¿En qué regiones del país se concentrará el negocio?

El mayor número de estaciones de servicio se concentrará en las cinco principales ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Es el 65% de participación. Allí hay una oportunidad porque ExxonMobil concentra su operación en esas cinco ciudades. Sin embargo llevaremos la operación a otras zonas donde veamos que existe también oportunidad para extender la operación.

Colombia está en un proceso para modernizar su infraestructura vial, con las nuevas vías 4G y 5G, ¿habría allí una oportunidad para la presencia de Primax?

Sí. Precisamente hemos sostenido reuniones con funcionarios del gobierno colombiano para explorar los grandes proyectos viales que se está desarrollando con el fin de identificar las oportunidades para llevar el negocio a estas autopistas. Consideramos que es una alternativa extraordinaria para crecer. ☺

42'000.000

ES LA INVERSIÓN que destinó la Corporación Romero para el cambio de la marca de ExxonMobil a Primax en las cerca de 750 estaciones de servicio que hay en el país.