



UN MERCADO QUE NO SE ESTACIONA

Con el paso de los años las clásicas gasolineras se convirtieron en sitios polivalentes que ofrecen una amplia gama de servicios.

En los últimos 13 años las antiguas bombas se convirtieron en estaciones de gasolina, para luego darle paso a estaciones de servicio o EDS. Más que un cambio de nombre, se trata de una respuesta a la

evolución de un mercado de jugadores netamente nacionales a uno donde priman las marcas internacionales.

Estas dominan gran parte del mercado, al apostarle a conformar cadenas de estaciones que reinan en las principales ciudades. Allí las pequeñas sobreviven con márgenes

A pesar del leve crecimiento en la operación, la rentabilidad es baja para los minoristas.

muy bajos, en regiones apartadas y con condiciones diferentes, y pese a todo, pelean por los pocos cupos para crear nuevas EDS determinados en los respectivos Planes de Ordenamiento Territorial, POT.

Múltiples factores hacen mella en este sector, que en los últimos años ha reflejado un crecimiento leve. Entre ellos están que exista un 'solo gran' vendedor de gasolina y ACPM en el país, los precios regulados con 18 componentes de impuestos, el pico y placa en grandes ciudades, la eficiencia de los nuevos autos que gastan menos combustible, el



Actualmente, las estaciones optan por servicios duales (gasolina y GNV) o mixtos (Gasolina, ACPM, GNV, gas propano y electrolinerías).



Álvaro Younes
Presidente de



Jairo Gómez Fontalvo
Presidente de la Junta Directiva Fendipetróleo

en Colombia frente a los combustibles tradicionales (gasolina corriente/extra y ACPM). Sin embargo, tienen claramente un gran potencial a futuro.

Así las cosas, crece la tendencia a optar por las estaciones duales (gasolina y GNV) o mixtas (Gasolina, ACPM, GNV, gas propano y electrolinerías), lo que podría apoyar su rentabilidad. A eso se suman otros servicios, como la venta de lubricantes, los montallantas, lava autos, abrir o arrendar tiendas, restaurantes, cajeros y hasta ofrecer tarjetas de crédito propias.

No dan las cifras

Para Gómez Fontalvo, "las estaciones están en cuidados intensivos". Y para Alvaro Younes, presidente de Fedispetrol (también gremio de los

minoristas), a pesar de que en los últimos 13 años han tenido una evolución muy fuerte, el Estado las llenó de obligaciones, como las certificaciones que exigen muchos requisitos (normatividad de nueva generación internacional y en seguridad industrial)

Younes señala que la inversión para estar al día con las certificaciones ha sido 'agotante', no solo en recursos sino en tiempo. Especialmente para los minoristas, los últimos de la cadena y los más afectados en este negocio.

La venta final de gasolina y ACPM (cadena *downstream*) se puede caracterizar "como un mercado donde existe un solo vendedor, una empresa del Estado que vende la cantidad que se demande (oferta elástica) a un precio regulado por debajo del precio de mercado, y muchos compradores con una demanda relativamente inelástica", explica el vocero de Fendipetróleo.

Y pese al leve crecimiento en la operación nacional del año pasado, la rentabilidad para los minoristas sigue baja, y aquí pesan los impuestos.

La carga impositiva generada por la distribución minorista creció \$486.000 millones con respecto a 2017, al recaudar aproximadamente \$6.526 billones en impuestos del orden municipal, departamental y nacional

(incluye sobretasa al carbono y el IVA). El valor estimado por el mismo concepto en 2018 alcanzó \$7.012 billones, según cifras de Fendipetróleo.

Según Gómez Fontalvo, los combustibles líquidos tienen un margen de utilidad de \$768 por galón. Pero la cifra es un espejismo, porque la competencia desigual entre las mayoristas y las minoristas hace que en algunas estaciones como en Bogotá la rentabilidad por galón sea de \$70, muy por debajo del promedio.

Y con ese margen es muy difícil sostener costos administrativos y operativos. Por eso Alvaro Younes, de Fedispetrol, considera que tenderán a desaparecer, especialmente las de menos de 20.000 galones mensuales, si el gobierno nacional no tiene en cuenta la condición de las Pymes, que sobreviven porque tienen que competir con sus propios distribuidores, o porque están en regiones muy apartadas.

Además de la competencia desigual, el exceso de autos -100.000 vehículos ingresan al año- y la escasez de vías que han llevado a implementar el pico y placa, en el caso de Bogotá, hacen que disminuya la venta de combustibles líquidos. Anteriormente, las estaciones capitalinas vendían 1'700.000 galones al día. Ahora la cifra está entre los 400.000 y 900.000 galones, según cifras de Fedispetrol. **ID**

\$768
por cada
galón es el margen de utilidad de los combustibles líquidos.
No obstante, la cifra real puede ser \$70.