

EDICIÓN ESPECIAL

ESTACIONES DE SERVICIO LA REVISTA DE LOS EMPRESARIOS DE COMBUSTIBLES Y ENERGÉTICOS DE COLOMBIA

PREMIUM

ISSN 19092482



40 EDICIONES

SIRVIENDO A LOS MINORISTAS

EDICIÓN **40**

NOVIEMBRE 2021


ALEJANDRO ESPAÑA : 'SOMOS UNA ESTIRPE DE DEALERS EN VÍAS DE EXTINCIÓN'



SABÍAS QUE



según la Ley No. 2155 de 14 sep 2021, ahora
por ventas superiores a 5 UVTS (\$181.540)
debes generar Factura Electrónica

Activa ya tu módulo de Factura Electrónica  **DOMINUS**
y evita sanciones. Contáctanos:



NORMA GALLEGO ☎ 318 532 3314

Zona: Eje Cafetero, Valle, Nariño,
Putumayo, Cauca y Amazonas.



VANESSA CAMACHO ☎ 317 573 9491

Zona: Cundinamarca, Boyacá,
Llanos Orientales, Huila.



ADRIANA URREA ☎ 317 656 4162

Zona: Santanderes, Región Caribe,
San Andrés Islas.



JUAN DAVID CASTAÑEDA ☎ 310 461 71 17

Zona: Chocó, La Guajira, Tolima, Antioquia.



Herramientas para que seas tú
quien **tome el control**



Ingeniería apropiada

Síguenos: @iapropiada    [www](http://www.iapropiada.com)

t84
uniformes

www.taller84.com

LinkedIn
Confecciones Taller84

Instagram
Confeccionest84



Calidad y compromiso

Uniformes, calzado y seguridad industrial.

E-mail
oficina@taller84.com

Pbx
(601) 430 5498

Móvil
(601) 315 2618932

Carrera 73A N° 70-42 · Bogotá D.C · Colombia.

PORTADA

¿QUÉ SIGUE DESPUÉS DE LAS TRES R?

12

ENTREVISTA

'SOMOS UNA ESTIRPE DE DEALERS EN VÍAS DE EXTINCIÓN'

14

COMCE AVANZA

¿PARA DONDE VAMOS?

18

INVITADO

'CADA MINORISTA DEBE APEGARSE A SU ESTRATEGIA COMPETITIVA'

20

REGULACIÓN

LO QUE DEBE SABER DEL NUEVO REGLAMENTO TÉCNICO PARA EDS

24



PORTADA

PREMIUM, 40 EDICIONES SIRVIENDO A LOS MINORISTAS

6

MEDIO AMBIENTE

¡HAY QUE PARARLE BOLAS AL MANEJO DE LAS AGUAS RESIDUALES DOMESTICAS!

26

MERCADOS

¿QUÉ TAN 'NUEVAS' SON LAS NUEVAS GASOLINAS EXTRA?

30

PANORAMA

UNA FARMACIA, LA PRIMERA GASOLINERA DEL MUNDO

34

SOSTENIBILIDAD

NUEVAS TECNOLOGÍAS, A LA ORDEN DEL DÍA

37

OPINIÓN

EDS ¿UN MODELO DE NEGOCIO COMMODITY?

42

PREMIUM ISSN 19092482

Director

Alejandro Ribero Rueda
directorejecutivo@fecec.co

Editor

Mauricio Veloza Posada
mauricio.veloza@gmail.com

Comité Editorial

Johan Efraín Mejía Mejía
Alejandro Ribero Rueda
Mauricio Veloza Posada
Ivonne Angarita T

Colaboradores

María Leticia de Luca
Alejandro España
Johan Mejía
Jorge de Benito
David Jiménez Mejía
Roberto Díaz de León
Renzo Lercari
Juan Fernando Prieto Vanegas
Juan Camilo Londoño
Leonardo Rondón
Esmeralda Valero Eslava
Yineth González

Marcela Gaona
Mayerlin Olivera
Ángela Rodríguez
Cristina Quiroz

Arte, Diseño y Diagramación

David Galvis Veloza

Fotografía

David Galvis Veloza
Erik Palacios
Marcel Strauss
Mercedes Benz

Publicidad y Ventas

Ivonne Angarita T
ivonneangarita@gmail.com
60 (1) 316 3904051

Impreso en COLOMBIA

Imageprinting

La revista Estaciones de Servicio **PREMIUM** es editada por la Federación de Estaciones de Combustibles y Energéticos de Colombia - **FECEC**, una asociación de derecho civil con carácter gremial sin ánimo de lucro, compuesta por los distribuidores minoristas de combustibles. **FECEC** es una entidad que se encarga de representar los intereses gremiales en el ámbito nacional y ante las autoridades y entes de control.



Dirección

Cra. 16A N° 78-75 Oficina 601
Bogotá D.C. Colombia

Teléfonos

60 (1) 7649500
60 (1) 7968516

Los conceptos emitidos en cada artículo son responsabilidad de su autor y no comprometen el pensamiento ni la opinión de Estaciones de Servicio **PREMIUM**, ni de las directivas de la Federación de Estaciones de Combustibles y Energéticos de Colombia - **FECEC**. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización por escrito, © Todos los Derechos Reservados. Escribanos sus aportes, comentarios y sugerencias a: revistaedspremium@gmail.com

20 AÑOS DESPUÉS...

Llegamos a nuestra edición N° 40, una edición especial que nos sirve de motivo para analizar qué tanto hemos evolucionado en lo que va corrido del nuevo milenio y los desafíos que enfrenta nuestra actividad en el presente.

Por: **Alejandro Ribero Rueda**
Director Ejecutivo FECEC

Que 20 años no es nada, dice el adagio popular. Pero cuando uno mira para atrás y se da cuenta del tiempo transcurrido y de tantas cosas que han pasado en el nuevo milenio, la perspectiva puede cambiar.

Cumplimos cerca de 20 años de presencia ininterrumpida en el imaginario de los distribuidores minoristas de combustibles en Colombia, gracias a la publicación permanente de la revista EDS Premium que llega a su edición N° 40.

Pareciera que no ha cambiado nada en todo este tiempo, pero todo ha cambiado. Las energías alternativas se han venido imponiendo con fuerza y hoy el mundo habla de movilidad sostenible, de matriz energética biodiversidad, de energías limpias.

Y aunque vemos cambiar el mundo desde nuestra ventana, parece que 'de puertas para adentro' todo sigue igual. Vivimos una resistencia al cambio que cada día nos empobrece un poco más, no solo en lo mental sino también en lo económico.

Desde estas páginas, cada cuatro meses, hemos venido insistiendo en que el negocio de las EDS ya cambió y hoy se imponen otras dinámicas que debemos

adoptar si no queremos ser relegados y excluidos de un mercado cada vez más competido.

Pero el cambio debe comenzar por cada uno de nosotros, por aceptar que si seguimos solos vamos a desaparecer y por entender que debemos estar unidos en los principios fundamentales de la actividad que por años hemos construido.

Hoy somos FECEC, un gremio de alcance nacional, que busca la unidad en medio de la diversidad de minoristas, cada uno con sus propios intereses y motivaciones.

Compartimos los mismos problemas de hace 20 años, el Fondo Soldicom sigue siendo 'la manzana de la discordia', la regulación del sector nos sigue ahogando y nuestra mentalidad de 'pequeños reyes' nos sigue haciendo creer que somos amos y señores de un negocio que hoy ya no lo es.

Los invito para que aprovechemos esta edición N° 40 y en un momento de reflexión personal y honesta tomemos decisiones creativas, incluso arriesgadas, y salgamos airoso en esta batalla por la consolidación de nuestras Estaciones de Servicio.

Honremos el slogan de PREMIUM, la revista de los Empresarios de Combustibles y Energéticos de Colombia. ¡Es hora de cambiar el chip y salvar nuestros negocios!



Honremos el slogan de **PREMIUM**, la revista de los Empresarios de Combustibles y Energéticos de Colombia. ¡Es hora de cambiar el chip y salvar nuestros negocios!



PREMIUM, 40 EDICIONES SIRVIENDO A LOS MINORISTAS

En una charla nostálgica, tres protagonistas de la historia de la revista **PREMIUM** nos recuerdan los principales hitos de esta publicación que llega a su edición 40, en 18 años ininterrumpidos de esfuerzo y dedicación a los distribuidores minoristas.



Hace cerca de 18 años, un grupo de minoristas inquietos por establecer un canal de comunicación que los uniera de verdad como gremio decidió dar el primer paso de una naciente publicación que llamaron 'Premium', como la gasolina de más alta gama que se distribuía en las estaciones de servicio por aquel entonces. Así nació la que hoy es la única publicación del sector de la distribución de combusti-

bles de Colombia, que se ha mantenido vigente por 40 ediciones ininterrumpidas, llegando a las manos de los distribuidores minoristas en todo el territorio nacional.

Dos de esos minoristas visionarios, María Leticia de Luca y Alejandro España, nos contaron detalles de lo que ha significado esta aventura periodística y gremial, y lo que ha representado para el fortale-



revista EDS Premium, también recordó cómo fue su incursión en la publicación.

“Yo absorbí la revista como una esponja. Mi primer acercamiento a la revista fue en el 2008 en el club italiano. En una reunión del distribuidor minorista conocí al Capitán Valencia, que escribió la editorial de esa primera revista y me enganchó. Yo era nuevo en el negocio, no tenía idea de cómo operar nuestra EDS y en la revista comencé a ver ese acompañamiento. Recurrí más a la revista que al mismo gremio en su momento. A partir de allí siempre esperaba que llegara una nueva edición, me la leía de arriba abajo, todas las páginas. Me gustó tanto que resulté en el comité editorial”, recuerda.

LA INDEPENDENCIA, CLAVE

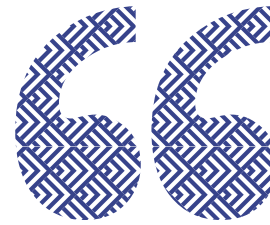
Como parte de muchas juntas directivas del gremio, María Leticia de Luca siempre tuvo presente el desarrollo de la revista en sus reuniones. “La revista era un instrumento para crear conciencia del pensamiento gremial. Siempre se ha hecho énfasis en la misma línea, en considerarnos una empresa de servicios, muy atentos a las necesidades de nuestros agremiados”, dice.



La revista es más como un baluarte y motivo de orgullo de la Federación. Se ha mantenido como un producto social, porque esta información beneficia a muchos distribuidores minoristas



Johan Mejía
Distribuidor Minorista



Siempre he sentido la alegría de recibir la revista. Es un buen medio para reforzar la parte de capacitación, sembrar la unión y la parte gremial



María Leticia de Luca
Distribuidora Minorista

Cuando la publicación se hizo autosostenible, su responsabilidad se delegó en un grupo responsable y en el director ejecutivo, para que la manejara con total autonomía. “El comité ha sido completamente independiente, ha tenido el deseo de expresar lo que quiera y la junta los apoya. A mí me gusta esa independencia, como sucede en algunos medios de comunicación”, asegura María Leticia.

Es precisamente esa independencia del comité editorial la que resalta Johan como una de las razones de su permanencia y vigencia.

“La revista es más como un baluarte y motivo de orgullo de la Federación. Se ha mantenido como un producto social, porque esta información beneficia a muchos distribuidores minoristas. Celebro mucho que el comité editorial siempre ha sido muy independiente, recoge opiniones de muchos lados, ha mostrado temas que son polémicos, pero se ha preservado esa independencia. Esta revista ha sido pionera gracias a esa independencia. Ese es un gran baluarte de esta revista desde su nacimiento”, sostiene.

UNA PUBLICACIÓN VIGENTE

Pero en un país donde nacen publicaciones todos los días y con la misma inten-

cimiento y consolidación de lo que hoy conocemos como FECEC.

LOS ORÍGENES

“La revista nace por Alejandro España, que era un comunicador social, él tenía esa inquietud de cómo lograr un medio de comunicación unificador, cómo capacitar mejor, cómo conocer en palabras sencillas lo que dice la reglamentación. Antes todo el mundo se cobijaba bajo la gran sombra de las mayoristas, pero hoy es muy diferente”, cuenta María Leticia.

Al principio de esta aventura se crearon unas guías, estilo la separata de Legis, que se iban actualizando con información relevante para las estaciones. La revista no era mensual, porque eso significaba mucho trabajo para la parte comercial, por eso su publicación se hacía cada tres meses. Esa constancia despertó la admiración de otros gremios, que querían participar en la revista y mantener su control.

“Siempre he sentido la alegría de recibir la revista. Es un buen medio para reforzar la parte de capacitación, sembrar la unión y la parte gremial. En los últimos años ha sido la introducción de un futuro ameno, no amenazante. Ustedes nos han hecho ver las bondades de lo que viene para el sector”, anota.

Johan Mejía, distribuidor minorista y hoy miembro del Comité Editorial de la

sidad cierran sus páginas, ¿a qué se debe que esta revista se haya mantenido durante 18 años y siga hoy tan vigente?

María Leticia lo atribuye a una doble motivación que tiene sus raíces en el comité editorial. “El hecho de haber visto resultados ha hecho que eso rete al mismo comité a mantenerla. A los primeros que tuvieron que comercializar la revista habría que agradecerles, porque fueron pioneros”, dice.

Y agrega: “Yo si agradezco enormemente que la permanencia de la revista ha sido también por la parte comercial. PODE-

mos tener el mejor contenido, las mejores fotos, pero si no tenemos la pauta comercial, difícilmente la podemos imprimir. Que se imprima y sea agradable es muy importante para la revista. Ese ha sido el gran éxito”.

Para Johan Mejía, el secreto de su permanencia por 18 años es una mezcla de buen contenido editorial y una buena gestión comercial. “Son proveedores muy puntuales y siempre es un reto alcanzar la pauta comercial de cada edición. Al final es una satisfacción total, porque todo

este contenido le tiene que servir a alguien más para hacer crecer su negocio”, afirma.

Pero las razones de su vigencia las resume en la independencia y una buena gestión comercial, el trabajo del comité editorial y buscar que cada tema esté vigente en cada edición. “Ese es el reto de cualquier medio impreso o digital, es parte del secreto, una química de varios factores”.

LA EDICIÓN MÁS CHÉVERE

Si bien llegamos a la edición 40, en 18 años son varias las edi-



‘VAMOS POR MÁS EDICIONES’: AES COLOMBIA

Juan Fernando Prieto Vanegas
Presidente Ejecutivo AES Colombia - Medellín

Respetado Alejandro: Quiero enviarte en nombre de la Corporación Asociados Estaciones de Servicio de Colombia, un caluroso y emotivo saludo de felicitaciones para usted y todo el grupo editorial de la revista, por las primeras 40 ediciones a las que llegaron con la revista PREMIUM, que ustedes han venido liderando desde sus inicios.

El contenido, la diagramación y la presentación de la revista PREMIUM siempre se ha caracterizado por ser un documento que aborda temas de interés para todos los distribuidores minoristas de combustibles que ejercen su actividad en las estaciones de servicio de todo el país.

Esperamos que sigan trabajando el contenido con toda la variedad de temas y propuestas como lo han hecho hasta este momento, pues ello demuestra el interés que los asiste a ustedes como orientadores y propulsores de esta idea, que no es otro distinto a llegar a los distribuidores minoristas con todas sus magníficas notas allí impresas.

Mis más sinceras felicitaciones y mis mejores deseos porque la revista PREMIUM pueda seguir aportándonos muchas más ediciones por el trasegar que estamos cruzando en este sector. ☎



ciones que han logrado captar mucho más la atención de nuestros lectores; algunas incluso han cautivado por sus contenidos novedosos y su presentación.

“Si me preguntan a mí, me gustan todas las ediciones de la revista, pero especialmente los últimos cuatro años. Esas son sagradas.

Cada vez es mejor y eso me encanta”, dice con contundencia María Leticia.

Johan tiene tres ediciones que guarda con especial cariño. La edición 20, de mayo de 2015, cuando visitaron la estación del señor Juan Carlos Machado y mostraron todo su tema ecológico y la labor ambiental que realizaba en su operación. “Tenía cultivos en su terraza, biodigestor, era algo diferente, hablamos de



otros temas que se salían de lo tradicional, fue una experiencia muy bonita”, dice.

Y agrega: “Otra edición que me gustó muchísimo fue la edición de las mujeres propietarias de EDS, cuando fuimos al llano y entrevistamos a estas mujeres tan valerosas y decididas. Ir a las regiones y conocer su situación de primera mano, eso me abrió mucho los ojos”, agrega. La otra edición especial para Johan fue una reciente donde se habló de la morfología del mercado de las EDS en Colombia. “Esas tres revistas para mí han marcado hitos en la historia de la revista y han dado giros en el sector”.

En este punto interviene Alejandro Ribero, Director Ejecutivo de FECEC y director de la revista, para destacar sus ediciones favoritas en estos años. “Para mí estos últimos cuatro años de la revista han sido los mejores. Hubo tres ediciones que me gustaron muchísimo. El especial de las mujeres, la edición dedicada al proceso de paz en las estaciones de servicio, que me tocó mucho, y la primera edición en la que hablamos de la movilidad eléctrica y tuve la experiencia de manejar un modelo Leaf de Nissan”, afirma.



‘LA REVISTA PREMIUM REFLEJA LA DIVERSIDAD DEL SECTOR MINORISTA DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS EN COLOMBIA’

David Jiménez Mejía
Presidente Ejecutivo COMCE

El sector minorista de combustibles líquidos es, tal vez, uno de los sectores reales más diversos de nuestra economía nacional. Y lo digo no sólo por la variedad de las regiones donde se ubican cada una de las Estaciones de Servicio en funcionamiento a lo largo y ancho de nuestro territorio nacional. También porque el “core” del negocio minorista es heterogéneo y multidimensional. Las EDS hoy en día son empresas donde se busca maximizar la venta al por menor y al detal, y no exclusivamente de combustibles líquidos. Son activos diversificables, en los cuales se busca aprovechar en la medida de lo posible su extensión y ubicación estratégica.

En los años que llevo en el sector destaco la calidad de personas que lo integran, pues resaltan precisamente esa cualidad intrínseca de nuestro medio: su diversidad y pluralidad. La REVISTA PREMIUM, publicación que cumple 18 años de trayectoria en su edición N° 40, ha recogido durante todo este tiempo las diversas opiniones, los numerosos asuntos de relevancia del sector minorista y los múltiples temas de interés de nuestra actividad económica.

Por eso quiero felicitarlos, así como a la agremiación FECEC, que ha permitido su permanencia y circulación, gracias a su esfuerzo y compromiso. FECEC es una de las agremiaciones que pertenece a nuestra Confederación Nacional de Distribuidores Minoristas de Combustibles y Energéticos (COMCE), que precisamente busca representar esa pluralidad y diversidad de nuestro medio.

El lema de nuestra Confederación COMCE: “Una voz, una fuerza diversa” refleja nuestro propósito principal en el sector: unir a las regiones en una sola voz, respetando y reconociendo la fuerza diversa que nos une. Actualmente representamos más de la tercera parte de la distribución minorista de combustibles líquidos en todo el país y tenemos presencia en 24 de los 32 departamentos del país.

Hoy, COMCE aplaude y promueve el valioso aporte que desarrolla FECEC con su revista Premium y reitera sus felicitaciones por el cumplimiento de sus 18 años de trayectoria. ☺





'LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR NOS ENCONTRAMOS ANTE UN PANORAMA PLENO DE DESAFÍOS

Jorge De Benito
 Presidente Confederación de Empresarios de Estaciones de Servicio - España

En primer lugar, me gustaría felicitar a la revista Estaciones de Servicio PREMIUM en una onomástica tan especial como la que celebra estos días, cumpliendo 18 años y alcanzando su cuadragésima edición. El papel de la prensa especializada es crucial como vía de canalización de soluciones innovadoras para los sectores económicos a los que se dirigen y palanca de modernización de esos segmentos de actividad.

En segundo término, quiero aprovechar esta ventana que tan amablemente me abren desde la revista para expresar en mi nombre y en el de los empresarios españoles de estaciones de servicio nuestra más profunda solidaridad con nuestros colegas colombianos, y especialmente con los de Cali, que durante la primavera pasada sufrieron la vandalización de sus negocios. ¡Mucha fuerza a todos ellos!

De la interesante lectura de la revista Estaciones de Servicio PREMIUM pueden extraerse conclusiones ciertamente interesantes. Una de ellas es que el momento que atraviesan las estaciones de servicio en Colombia y en España tiene muchas más semejanzas que diferencias. En esencia, en estos dos países hermanos los empresarios del sector nos encontramos ante un panorama cambiante, pleno de desafíos para cuya superación se necesita información y formación.

Por eso, el papel de la prensa especializada y de organizaciones empresariales como FECEC y CEEES es fundamental, pues con nuestras acciones tenemos la oportunidad de explicar a los empresarios independientes qué está pasando, por qué está sucediendo y cuáles son las tendencias que marcarán el camino de nuestros negocios en el futuro. ☞

Desde su punto de vista, la venta de pauta es uno de los elementos que ha logrado mantener la revista vigente, así como la



María Leticia de Luca
 Distribuidora Minorista

voluntad del comité editorial y el esfuerzo de todo el equipo, para que este producto sea cada vez mejor. "Yo siento que cada revista que sale es mejor que la anterior. La revista que tenemos hoy en día para mí es la mejor, nunca ha tenido un competidor serio en el sector, es un muy buen producto", asegura.

LOS AÑOS QUE VIENEN

Para los años que vienen, nuestros invitados tienen claro el tipo de revista que quisieran ver y leer.

"Yo parto de una premisa. Por más de que las generaciones que están presidiendo estos negocios de EDS sean jóvenes, hasta que no levanten la mano estos nuevos profesionales no vamos a dejar de informar. Paralelo a lo que tenemos hoy, nuestros usuarios están pidiendo otra información, por eso debemos explorar en redes y ver si definitivamente encontramos eco", sostiene María Leticia.

Y en esa revista, ella quisiera ver un tema que hasta ahora no se ha abordado con suficiente profundidad: la filosofía gremial. "Tenemos una aspiración y una inspiración hacia la colectividad, el hombre es gregario. Cuál es la esencia gremial, la que nos hace agremiarnos. Este es un trabajo de perseverancia, paciencia y persistencia, no es un tema político", dice.



Podemos tener el mejor contenido, las mejores fotos, pero si no tenemos la pauta comercial, difícilmente la podemos imprimir. Que se imprima y sea agradable es muy importante para la revista. Ese ha sido el gran éxito ☞



Por su parte, Johan Mejía piensa que la morfología del mercado está cambiando y ese es un factor que va a incidir en el futuro de la revista. "Yo no veo tan claro el tema del relevo generacional. No he visto nuevas generaciones entrando al negocio. Las EDS están quedando en manos de otra gente que ve esto más como una inversión de liquidez que como un negocio familiar. Eso nos plantea un reto.

El camino de lo digital hay que irlo tomando paso a paso, aunque el camino es para allá. Más allá de una revista, con el tiempo debemos convertirnos en un portal informativo que llegue a las mayoristas y las estaciones, pero también al público en general. Tenemos que escalar otros peldaños en la cadena de distribución de combustibles y de energías renovables; la revista se debe transformar como el mundo lo está haciendo, el reto es grande".

Su sueño es entrevistar a un personaje de talla mundial en el sector de combustibles y asistir a una feria mundial de EDS en Las Vegas (Estados Unidos), traer información e incluirla en la revista. Su filosofía es que lo que se publique en la revista le sirva a alguien más... tal y como le sirvió a él para iniciar su proyección como distribuidor minorista de combustibles. ¡Seguimos en esa tarea! ☞

INNOVACIONES Y SEGURIDAD FRENTE AL REGLAMENTO TÉCNICO COLOMBIANO

Los productos y servicios de **Franklin Fueling Systems**, líder mundial en la **fabricación de equipos para estaciones de servicio de combustibles líquidos**, cumplen con los requerimientos de seguridad, especificaciones técnicas y certificaciones exigidas en el reglamento técnico expedido por el **Ministerio de Minas y Energía**.

Nuestro compromiso, **junto con nuestros distribuidores autorizados**, es acompañar a propietarios, administradores y en general a todo el personal de apoyo de las estaciones de servicio, para **que realicen la selección correcta de equipos, cumpliendo con la normatividad** y tomando **la mejor decisión de inversión**.



JAIME ANDRÉS TRIANA
Gerente Andino y Centroamérica
jaime.triana@franklinfueling.com
+57 318 336 6258

JAVIER QUIROGA
Ingeniero Técnico Latinoamérica
quiroga@franklinfueling.com
+52 181 8252 3559

ALEJANDRO TENORIO
Gerente Latinoamérica
tenorio@franklinfueling.com
+1 608 335 9328

¿QUÉ SIGUE DESPUÉS DE LAS TRES R?

Por: **Roberto Díaz de León**
Onexpo - México

Ante la grave situación que vivieron todas las industrias y sectores de la economía en el mundo a raíz de la pandemia por el Covid 19, el expendio de combustibles resultó también fuertemente impactado.

En casi toda Latinoamérica, nuestra actividad fue considerada esencial: Ello permitió que no se viera totalmente frenada, sin embargo, la disminución de la movilidad por el menor uso del automóvil nos llevó como empresarios a implementar una estrategia que llamamos de las 3R's:

Resistir los embates de la pandemia, adaptándonos a la progresiva desaceleración de nuestros negocios; privilegiar el empleo en la mayor parte de los países y preservar la salud tanto de nuestro equipo de colaboradores y de nuestros clientes, nos hicieron aprender a operar bajo nuevos estándares de servicio. A ese paso indispensable le siguió un proceso acelerado para Reorganizarnos, principalmente en las partes operativas, comerciales y financieras de nuestros negocios.

En la reorganización de nuestros negocios, la estrategia ha tomado un papel muy importante. Todos hemos convertido, en la medida de lo posible, nuestros gastos fijos en variables, reprogramando inversiones, decidiendo cuáles gastos podemos seguir realizando y cuáles no, enfrentando compromisos previamente adquiridos, renegociando con proveedores para honrar los compromisos y adaptando instalaciones para ofrecer en todo momento un servicio seguro que genere confianza a nuestros clientes.

Una tercera etapa parece haber llegado para quedarse: Reinventar nuestros negocios, adoptar y adaptar nuevas herramientas tecnológicas, introducir nuevos medios de pago, realizar promociones y generación de contenidos con un en-



Me es muy grato extender una felicitación calurosa al equipo de Estaciones de Servicio **PREMIUM** por llegar a la edición 40.

foque en la innovación, para modificar la experiencia de compra de nuestros clientes.

Mientras muchas otras actividades pudieron desarrollarse bajo nuevas modalidades como el "home office" y las juntas virtuales, la nuestra se mantuvo en el ámbito de lo presencial, como siempre,

con las estaciones de servicio moviendo la economía real de nuestros países.

Tenemos mucho que aprender de la experiencia. En este sentido, también las buenas prácticas parecen haber llegado para quedarse, sobre todo en materia de cuidado personal, de protocolos para mantener la salud y en nuevos hábitos de resiliencia.

LA PREGUNTA AHORA ES ¿QUÉ SIGUE?

Reencontrarnos, es la cuarta R cuyo influjo nos mueve a seguir trabajando todos los

días. Reencontrarnos es volver a estar con nuestros clientes, con nuestros amigos, nuestros proveedores.

En este proceso de reencuentro y a nombre de Onexpo Nacional, el organismo cúpula del sector gasolinero de México, me es muy grato extender una felicitación calorosa al equipo de Estaciones de Servicio Premium por llegar a la edición 40. Es, a no dudarlo, una extraordinaria ocasión para reencontrarse con sus lectores y festejar juntos su destacada labor informativa hacia hermanos empresarios gasolineros de Colombia.

En alguna medida, todos somos sobrevivientes de esta pandemia, hemos resistido, nos hemos reorganizado y nos hemos reinventado cada uno de nosotros. Aprendamos lo que haya que aprender y vivamos el reencuentro como la oportunidad para darle al tiempo, al trabajo, al esfuerzo y a la hermandad, la capacidad de crear el mejor sentido de la vida. ☺



UN SALUDO DE AGESP DESDE LIMA

Lic. **Renzo Lercari**
Ex-Presidente AGESP - Perú

Estimados amigos de la revista “Estaciones de Servicio **PREMIUM**”, es un gusto saludarlos y felicitarlos por la salida en circulación de vuestra edición número 40. Sin duda, se trata de un esfuerzo editorial importante que permite a los empresarios gasolineros y sus stakeholders recibir información veraz y oportuna sobre el mercado de los combustibles y su evolución.

Vaya un abrazo para los colegas colombianos; en especial, para su Comité Editorial liderado por Alejandro Ribero.

¡Que sigan los éxitos! ☺

¡FELICIDADES!

Por la **Edición 40** de la
Revista Estaciones de Servicio
PREMIUM

*La revista referente en el sector
de la distribución minorista
de combustibles en Colombia.*



¡Síguenos!
Onexpo Nacional



‘SOMOS UNA ESTIRPE DE DEALERS EN VÍAS DE EXTINCIÓN’

La frase es de **Alejandro España**, distribuidor minorista y uno de los fundadores de la revista **PREMIUM**, que hoy llega a su **edición 40**. Esta es su visión de un sector que ha evolucionado drásticamente en los últimos 20 años y que como la revista- enfrenta hoy sus más apremiantes desafíos.

¿Cómo fueron esos inicios de las revistas Premium y La Estación, pioneras en el sector de la distribución minorista?

Si, es cierto. Yo hice mi tesis de grado en la Universidad Javeriana haciendo un diagnóstico de cómo un gremio como Fendipetroleo debería tener una integración más fuerte por el sector económico que agremiaba. Fue un análisis del estado de las comunicaciones del gremio, que en ese entonces era Fendipetroleo y Fedispetrol. Nos dimos cuenta que no había comunicaciones.

El asunto es que después de la tesis llegó un presidente a la federación que se llamaba Gustavo Restrepo, cuando Fendipetroleo no estaba atomizada, y concluimos que hacía falta un medio de comunicación del gremio que llegara a todas las estaciones que no estuvieran necesariamente en la junta directiva.

El proyecto inicialmente fue muy ambicioso, se habló de vender la revista a los usuarios de las EDS y hacer una revista con temas generales que tuvieran que



La revista debería ser una plataforma crítica de análisis profundo, no en contra de algo, sino mostrando una radiografía real del sector, eso pisa callos



ver con el sector, se vendió publicidad y esa primera revista se llamó La Estación. Ese fue el nombre original. De esa revista solo se sacó un número. Después de eso vino una división del gremio y esa revista quedó en manos de Fedispetrol. Esa fue una experiencia y una idea maravillosa.

¿Y cómo se llegó después a la revista Premium?

Unos años después, ya estando en Fendipetroleo Bogotá, nos dimos cuenta que esa idea había que reavivarla. Entonces yo propuse crear una revista con una serie de temas para poder llegar de una manera más eficiente a nuestros afiliados y tener un feedback de comunicación bastante cercano. Así nació la revista Premium.

Hicimos todas las gestiones para conservar el nombre de La Estación, pero eso nos representaba una pelea complicada con Fedispetrol. Al final concluimos que no



En mi opinión, una revista de un gremio no puede generar utilidades sino cumplir el objetivo para el cual está hecha



revista tuvo un receso hasta que volvió a editarse con otros directivos.

Usted es hijo de distribuidor minorista. ¿Cuándo decidió irse, su impresión era que la revista había logrado su objetivo inicial?

Mi papá pertenecía a la 'vieja guardia.' Era un distribuidor minorista que antes había sido empleado de una mayorista y vivían y veían el negocio desde otra dimensión. Lo que nos lleva a hacer Premium fue la

creciente integración vertical por parte de las mayoristas en esa época, la cada vez más deteriorada economía que vivían las EDS y respondía a otros esquemas que manejaban los agremiados, aunque para ellos era un orgullo ver que ya había un producto en físico, una revista, que llegaba a todas partes.

Eso sí, era muy difícil sostener la parte editorial de la revista porque pedíamos colaboraciones y casi nadie participaba. Todo el mundo pide, pero nadie aporta.

¿Cuál es su impresión hoy de la revista, cómo le han parecido las nuevas ediciones?

Yo sigo la revista cada vez que me llega. Pero veo que es una revista que se enfoca más en temas muy internos de la problemática de la economía de nuestro gremio. El tema central que yo noto en la revista es la fragilidad que tenemos como negocio. Siempre estamos peleando contra algo, siempre nos estamos defendiendo de algo. Me queda el sinsabor de que no hemos encontrado como una manera de proyectar una realidad diferente, en el sentido de hacer una reingeniería de nuestro propio negocio y llegar un poco más allá de la problemática social y económica que compartimos todos.

Cuando usted ya tiene un sector con empresas como Autogas con 40 estaciones, Combuscol con 50 EDS, Grupo Gandur con 30 EDS, ya es muy difícil. La integración vertical del negocio cambia drásticamente la perspectiva de comunicación que uno puede ejercer sobre una revista. Esto es otro negocio, es un negocio muy diferente al que teníamos hace 20 años.

¿Y la revista representa ese nuevo negocio?

La revista debería ser una plataforma crítica de análisis profundo, no en contra de algo, sino mostrando una radiografía real del sector, eso pisa callos. La Estación tenía esa intención, pero obviamente eso no convenía ni a las mayoristas ni a Ecopetrol, ni al Minminas y surgían obstáculos. Mantener una línea editorial independiente era muy complicado, mucho más con estos agremiados que tenemos, que realmente lo único en común que tienen es el 'no me importa'.

¿Hoy la revista cumple con ese objetivo de ser el medio de comunicación del gremio y del sector? ¿Qué piensa?

era tiempo para desgastarse y decidimos cambiar el nombre por el de Premium, que era un apelativo a la excelencia, a lo más top de la línea que representábamos y así se quedó. Alcanzamos a sacar unos cuatro o cinco números, cuando yo salí de Fendipetroleo.

¿Cómo funcionó esa primera etapa de la revista?

Al principio funcionó bien, pero la demanda de tiempo y de energía era muy alta y aunque yo luché mucho por lograr una integración más fuerte en la Federación no se logró por la atomización del gremio y la pelea por el Fondo Soldicom con Fendipetroleo Nacional. todas estas intenciones no se lograron, yo me agoté y decidí salir. La





Complicado responder eso porque hoy tenemos una revista muy chica, donde el 30% o 40% de las páginas son publicidad. Abordar toda la problemática que podría interesarnos más es muy complejo porque no tenemos espacio. Yo sé que mantener una revista es difícil, es complicado vender la pauta publicitaria. Claro, la revista no necesariamente debe ser rentable, sino que debe autosostenerse que es el ideal. En mi opinión, una revista de un gremio no puede generar utilidades sino cumplir el objetivo para el cual está hecha.

¿A qué atribuye usted que la revista se haya mantenido vigente como el único medio de divulgación del sector?

Nosotros peleamos mucho tiempo con Fendipetroleo Nacional diciéndole que este debía ser un medio de comunicación que se editara a nivel nacional y no local; que pudiera estar en todas las ciudades del país como un medio de divulgación de un solo gremio. Pero, no vamos a lograr un concepto unificado de lo que realmente es la realidad de nuestro gremio.



Yo soy de los que quiero ser optimista, pero veo negro el panorama del sector

Premium se ha mantenido -creo yo- por la constancia y el tesón que le ha impreso la junta directiva para mantener la publicación de la revista y saber que es importante de alguna manera. Las demás publicaciones se han ido diluyendo en el tiempo y han desaparecido.

Para mí debería haber un medio de comunicación mucho más contundente. Cada cuatro meses nosotros deberíamos publicar un documento mucho más com-

pleto, como un informe especial. Como la tenemos hoy, chévere que se publicara cada mes. Muchas veces podríamos sacrificar la calidad del papel, pero por documentos más consistentes.

Estamos en el proceso de la digitalización de la revista. ¿De esta manera usted cree que podemos llegar a otros públicos y conectar con sus intereses?

Me parecería fabuloso. Estamos demorados. Hoy todos los medios impresos tienen una versión digital, pero la versión física debería conservarse. La versión digital abriría mucho más el espectro de opinión.

¿En qué debería transformarse esta revista para lograr esa sostenibilidad a futuro en contenidos y en la parte comercial?

El primer paso es que logremos digitalizarla, llegar a más audiencias. Tenemos que tener una reestructuración de la línea editorial de la revista. Yo no tengo 10 EDS, porque es que el negocio como yo lo veo, si no estás en el mercado con 4 o 5 EDS no tienes mucho margen de maniobra con las mismas mayoristas, que son las que fijan los márgenes de utilidad con los que trabajamos; eso es muy difícil.

¿Es una realidad compleja para los pequeños minoristas?

Esa integración vertical es simplemente un desarrollo desigual de la actividad y nos hace absolutamente vulnerables a los que no estamos ahí. Es decir, estamos condenados a desaparecer. O vendes o vendes, no ahora sino en muy poco tiempo. La situación para mantener una o dos EDS es muy compleja.

Yo tengo una estación con bandera Mobil y no he cambiado a Primax porque las propuestas de cambio son absolutamente infames, especialmente para minoristas como yo. Hoy todo favorece al mayorista. Yo ya estoy en la política de que quiero vender mi EDS; arrendarla es un suicidio.

Yo soy de los que quiero ser optimista, pero veo negro el panorama del sector. Me río mucho de los que hablan de reinventarse, pero es que me parece que el negocio que tenemos no tiene mucho de dónde reinventarse.

¿CUÁL ES SU VISIÓN ACTUAL DEL GREMIO?



Todo el mundo se queja y todo el mundo piensa que tenemos muchos problemas, pero no pensamos al gremio como un catalizador de esos problemas para poder sacar soluciones o enfrentar la realidad desde otro punto de vista.

Hoy creo que estamos peor. Es un tema muy difícil poder articular un medio de comunicación que nos llegue a todos desde esas perspectivas. Lograr la cohesión y la unión en ese tipo de cosas ha sido muy difícil con un gremio tan atomizado.

Yo veo que hay una atomización total, somos totalmente incoherentes como gremio, no hemos logrado tener un discurso articulado ante los entes de control porque no hay medios de comunicación. Pienso que todos los que nos mantenemos en una federación, seguimos por tener un vínculo a un gremio que de alguna manera nos una y nos mantenga medianamente informados de lo que pasa, pero de ahí a la acción hay mucho trecho.

¿EL FONDO SOLDICOM LE HA HECHO MUCHO DAÑO AL GREMIO?

Desde que nació, Soldicom fue la peor bomba de profundidad que nos pudo pasar como gremio. Soldicom fue la discordia total entre la agremiación. Si antes no teníamos plata, ahora estamos agarrados por monedas. Allí vemos la morfología de nuestros agremiados; ambiciosos, cómodos. Somos miopes, no miramos el futuro de nuestro negocio desde una realidad exacta. No nos estamos llenando de plata, como piensan los consumidores. ☞

En palabras sin adornos, ¿usted cree que este se ha vuelto un negocio para otro tipo de empresario?

Pero totalmente. Este es el caldo ideal donde todo el mundo come. Eso es increíble. ¿Cuánto vale una asesoría ambiental?, esa medida de la calibración anual me parece lo más absurdo, el nuevo reglamento técnico, las alianzas con Sodexho, las comisiones de las tarjetas de crédito... Si el margen de comercialización que tenemos ya es bastante indecente, imagínense a todo el mundo mordiendo de ahí.

Yo pienso que esta estirpe de dealers estamos en vías de extinción, porque ya este negocio que era un negocio netamente familiar se convirtió en un negocio de inversionistas, con otras políticas totalmente diferentes. Minoristas que aún sobrevivimos de esta nueva economía, ya estamos a muy poco tiempo de salir del mercado. Vamos a ser definitivamente absorbidos por estas corporaciones.

Mucho más teniendo unas reglas poco claras por parte del gobierno, en el sen-



Me parece que no somos conscientes de nuestra realidad. Somos miopes. No miramos que el futuro de nuestro negocio está amenazado ☞

tido de que esa línea de ser mayorista o ser minorista no es muy clara, porque los mayoristas pueden actuar como minoristas y generar una distorsión en el mercado, eso hace que no haya futuro en el negocio.

¿La razón de ser del negocio, que es vender combustible, es lo que menos vale hoy?

Hace muchos años acabé con el lavadero porque me traía más problemas que beneficios. Las EDS nunca hemos podido operar decentemente ni en lubricantes ni en servicios. No digo que no haya control, claro que debe haber control, pero no solo para nosotros.

¿Cómo me sostengo? Soy una EDS promedio de 50 mil galones al mes. Tengo mis precios con márgenes superiores al 9%, vendo poco, pero tengo un margen de operatividad para poder sobrevivir. Pero que esto sea el gran negocio, no. Es un negocio totalmente amenazado, pero la percepción de nuestros consumidores es que nosotros nos estamos llenando de plata. Este es un negocio con una carga negativa por parte del cliente; nadie entra feliz a tanquear su carro a una estación, siempre piensa que lo estamos robando.

Con el tema de las energías alternativas, ¿Cómo se imagina el futuro del sector?

Ahí si cabe la famosa frase de los optimistas, 'hay que reinventarse'. Las EDS tienen que llegar a volverse unas dispensadoras de energías alternativas. Somos conscientes de que el combustible fósil va a desaparecer, tarde o temprano, pero no va a ser tan temprano. Por ahora el mundo no está preparado para moverse con otro tipo de energía, por lo menos en 30 años. Eso se va a demorar. Lo que no se demora es el deterioro permanente en el que estamos cayendo.

¿Hoy se le ocurriría montar un proyecto de una revista para el sector?

La verdad yo estoy cansado. Entré a una etapa en mi vida donde me decepcioné totalmente del sentido común de este gremio. Me parece que no somos conscientes de nuestra realidad. Somos miopes. No miramos que el futuro de nuestro negocio está amenazado.

¿A estas alturas del partido, le ha sacado más canas la estación o la revista?

La estación, sin duda. Prefiero lidiar con los problemas de la revista y no con los de la estación. Yo lo puedo decir claramente, estoy aburrido con este negocio. ☞





Por: **David Jiménez Mejía**
Presidente Ejecutivo COMCE

Conforme avanza la reactivación económica en el país y lentamente vemos cómo se recupera nuestro sector, también aumentan las preocupaciones de los distribuidores minoristas de combustibles frente a los nuevos cambios normativos que se están presentando en el sector.

EL NUEVO REGLAMENTO TÉCNICO

En primer lugar, la entrada en vigencia del nuevo Reglamento Técnico aplicable a Estaciones de Servicio, que no sólo modifica las condiciones de certificación de las EDS en el país, sino que implica una muy onerosa inversión de las estaciones para garantizar su sostenibilidad.

Esta preocupación es reiterada y se ha hecho saber en múltiples ocasiones a las autoridades que regulan el sector, dando a conocer los altos costos que implican estas nuevas exigencias y el grave impacto que tendrá en la red de distribución minorista en el país. Por eso se sigue cuestionando su pertinencia y conveniencia, más aún en un momento en el cual se desaceleró la economía y se impone la reactivación económica en el país.

EL NUEVO SICOM

En segundo lugar, preocupa la transformación del Sicom. ¿Qué está pasando con el nuevo Sicom? En las capacitaciones que se han realizado sobre el tema, la percepción general de los agentes es que “estamos volviendo atrás, a la época en la que se creó el Sicom”. En efecto, con el nuevo Sicom los agentes de la cadena



¿PARA DÓNDE VAMOS?

Hacemos un llamado respetuoso a las autoridades que regulan el sector para que revisen sus actuaciones. Regular la actividad comercial de cualquier sector económico exige que se actúe con la mayor pertinencia, rigor y eficiencia, buscando sacrificar lo menos posible la actividad productiva de los agentes, buscando dinamizar la economía y no, por el contrario, entorpecerla.

deben ingresar nuevamente sus datos, registrarse por primera vez, indicar la nomenclatura y las coordenadas de la EDS, incluso cuando las EDS se ubican

en zona rural y no tienen nomenclatura, remitir el radicado de inicio de su operación, radicado que debería tenerlo SICOM y no las EDS.



Por el contrario, el parágrafo 5 está bien concebido porque hay un sector importante de la economía nacional que requiere el suministro en pequeñas cantidades de combustibles para ejercer su actividad comercial, industrial o agrícola. Así fue detectado en la última reforma del Decreto 4299 de 2005, a través del Decreto 2165 de 2006 y posteriormente el Decreto 1333 de 2007, mediante los cuales se creó esta figura de excepción.

Esta forma de suministro excepcional permite el abastecimiento para maquinaria amarilla, tractores, plantas de diésel, equipos agrícolas, entre otros que lógicamente no pueden abastecerse directamente en una EDS y, además, requieren un suministro en muy pequeñas cantidades, razón por la cual tampoco pueden ser abastecidos a través de un comercializador industrial (agente de la cadena de distribución que suministra directamente desde planta mayorista a clientes finales a través de carrotanques).

En resumen, un total reproceso que exige a los agentes hacer su registro nuevamente, como si se tratase de un registro desde cero, cuando lo cierto es que toda esta información que solicitan ya se encuentra en el Sicom y está actualizada.

EL CERTIFICADO CCITE

En tercer lugar, siguen las dificultades con la plataforma SICOQ para la expedición del CCITE (Certificado de Carencia de Informes por Tráfico de Estupefacientes para las EDS sujetos de control ubicadas en los 10 departamentos con mayor presencia de cultivos ilícitos en el país). Se siguen presentando demoras en los trámites de este certificado, dificultades para su renovación, lo que representa una situación crítica para las EDS, ya que es un documento necesario para el transporte del combustible en estos departamentos.

LA COMPRA EN CANECAS

En cuarto lugar, también preocupa la situación actual respecto a la compra y transporte en pimpinas o canecas de combustibles en EDS. Con la nueva propuesta de modificación al Decreto 1073 de 2015 por parte del Ministerio de Minas y Energía, se pretende derogar el parágrafo 5 del artículo 2.2.1.1.2.2.3.86.1 del Decreto 1073 de 2015, el cual permite la venta y transporte de combustibles líquidos en EDS en pequeñas cantidades.

Realmente no entendemos para dónde va el Ministerio de Minas y Energía con la problemática de los pequeños consumidores de combustibles. Prohibir la venta en EDS de combustible al pequeño consumidor no resuelve el problema.



Por lo anterior, nos preocupa que se elimine la figura excepcional de suministro en EDS expresamente consagrada en el actual parágrafo 5 del artículo 2.2.1.1.2.2.3.86.1. del Decreto 1073 de 2015 y, a pesar de que se indica que se regulará este tema, consideramos que lo que se debe es conservar la norma y darle una correcta interpretación y aplicación.

INVESTIGACIONES DE LA SIC

Finalmente, están las nuevas investigaciones que adelanta la Dirección de Metrología Legal de la Superintendencia de Industria y Comercio en contra de las EDS en materia de precios. Entre los cargos que se formulan contra las EDS se encuentra el “cargo por especulación”, consistente en presuntamente vender a precios superiores a los fijados por resolución.

Con respecto a estas investigaciones, llama la atención que no se esté haciendo una correcta lectura de las normas especiales que regulan nuestro sector en materia de régimen de precios.

En efecto, se ha observado que la SIC formula pliego de cargos contra las EDS desconociendo la formación del precio en surtidor en las EDS (confunde fijación de Ingreso al Productor (IP) con precio final de venta en EDS), sin atender a las competencias de los alcaldes locales para fijar costos de transporte (estimando directamente los precios de transporte de combustibles) y sin advertir el sistema de abanderamiento de las EDS (señalando que las EDS deben someterse a fijar costo de transporte respecto a la planta de abastecimiento más cercana, cuando está en su jurisdicción, independientemente de la bandera). ☞



Realmente no entendemos para dónde va el **MINMINAS** con la problemática de los pequeños consumidores de combustibles

‘CADA MINORISTA DEBE APEGARSE A SU ESTRATEGIA COMPETITIVA’



Qué piensa de la nueva morfología del mercado del sector minorista en Colombia?

Yo veo más integración vertical que integración horizontal, mayoristas interesados en el negocio de la distribución minorista y haciendo inversiones en ese sentido. Un competidor mientras más grande sea, mucho más fuerte para competir.

Que cada distribuidor minorista tenga una o varias estaciones debe definir su estrategia competitiva, apegarse a ella, convencerse de ella, volverse un obsesionado y si los réditos no se consiguen, replantearla, hasta que los resultados se produzcan. El precio será un factor determinante y eso no es un secreto.

Yo no recomendaría enfocarse únicamente en el precio, sino poder ofrecer el paquete completo. Aunque la generalidad del negocio muestra que el precio es un factor importante en la oferta de valor de los distribuidores.

¿Definitivamente, el negocio tradicional de las estaciones como patrimonio familiar evolucionó?

El negocio familiar se puede ver positivamente, tomando lo que viene de atrás pero incorporando las nuevas tecnologías y los nuevos conocimientos; creo que así puede tener futuro un negocio. Conozco varias estaciones que se han mantenido de esta manera.

La parte negativa es que esa connotación familiar llevó a desligar el negocio del concepto de empresa, a convertirse en una caja familiar y allí ya pierde esa parte positiva. La familiaridad pesa, siempre y cuando se tengan las competencias.



Juan Camilo Londoño
Gerente del Conglomerado
Empresarial **Distracom**

¿Cómo es su relación con el minorista?

Como en cualquier entorno social y económico encuentras personas que comparten tu enfoque y tu propuesta competitiva, como personas que no la comparten, eso es normal. Es una mezcla de afinidades.

¿Qué tan importante es la rentabilidad por metro cuadrado en una EDS?

Al momento de establecer un proyecto nuevo, la rentabilidad sobre el valor de adquisición de la propiedad raíz juega un papel fundamental para dar luz verde a ese proyecto.

La propiedad raíz representa un seguro en un momento determinado para un minorista que tenga una o 100 EDS.



Todos tenemos estaciones bien ubicadas que generan oportunidades de negocios para negocios conexos.

La mayoría de distribuidores minoristas tiene hoy por lo menos un montallantas arrendado o una nevera con bebidas o centros comerciales de más de 25 locales. Si una EDS llega a desaparecer por ausencia de demanda o por cualquier otro factor, casi siempre puede adaptarse a otro negocio.

¿Cómo ve la reacomodación del mercado minorista en la distribución de combustibles?

La veo como un reto. Hay que adaptarse, cumplir, ser costo-eficiente y ser rentable. Los retos siempre son interesantes. Hay que aferrarse al enfoque de competitividad, donde el precio siempre es un factor relevante. Nuestro enfoque principal siempre debe ser la costo-eficiencia. Esa entrada de competidores más fuertes cada vez demanda mayor consolidación y mayor diferenciación de cada uno de los actores de la industria.

¿Juan Camilo Londoño se siente más un mayorista o un minorista?

Me siento más un generador de soluciones, tratando de entender en cada uno



Esa entrada de competidores más fuertes cada vez demanda mayor consolidación y mayor diferenciación de cada uno de los actores de la industria



tación, por un tema de ausencia del producto no creo que vaya a desaparecer la industria.

de esos segmentos qué necesita el cliente y luego proveérselo de una manera costo-eficiente y rentable. Cuando uno se mira como un minorista o comercializador industrial se está auto-comoditizando.

A mí me parece más interesante el trabajo que hacemos cuando yo no le tengo que vender a un cliente un galón de combustible, sino toda una operación

integral, que puede ser más interesante para él.

¿Hay combustibles líquidos para rato en Colombia?

Si vamos a reservas probadas, obviamente mantenernos de aquí a 10 años es un escenario estresante; pero si vamos al potencial petrolero que tiene este país con otras formas de exploración y explo-

¿Estaría próxima la liberación de precios en Colombia? ¿La importación de combustibles es un escenario factible?

Más que una convicción propia es lo que uno escucha, que venga una liberación. De eso se viene hablando hace cinco años, pero sí lo veo factible.

¿Y la movilidad eléctrica, cómo la ve?

La movilidad eléctrica siempre ha hecho parte de nuestro análisis prospectivo, de lo que puede pasar en el futuro. Analizamos factores como la autonomía de los vehículos eléctricos, las condiciones geográficas del país, la expansión de nuevas tecnologías, la generación de las baterías y otras alternativas como el hidrogeno o el GNV.

Hay EDS en zonas urbanas donde creemos que vamos a tener estaciones de carga eléctrica y servicios asociados para los clientes; también hemos hecho inversiones de GNV para livianos y para la expansión de gas natural para pesados.

Si en algún momento alguna EDS pierde su capacidad adquisitiva por efectos de tecnologías como la movilidad eléctrica, sin ninguna duda todos los lotes de una EDS tienen una vocación comercial. ☞





novaventa
en laVía

LAS OPORTUNIDADES EN TORNO A LAS VENTAS AUTOATENDIDAS

La automatización en los procesos de alimentación en estaciones de servicio

CONTACTO

Carlos Mosquera
323 5750399
camosquera@novaventa.com

Los hábitos de consumo de bienes y servicios en el mundo han tomado un rumbo acelerado, el consumidor es más exigente en términos de disponibilidad, medios de pago y compromiso social.

Las estaciones de servicio no son una excepción ante este cambio generalizado, quienes se han visto motivadas a reconfigurar su estrategia para adaptarse a un nuevo panorama, en el que el usuario tiene la opción de elegir entre todo un abanico de



Dentro de su estrategia de creación de cultura vending en el 2021 decide incursionar con una propuesta de valor sectorizada, en donde se busca potencializar estaciones de servicio, con un amplio portafolio de alimentos de las mejores marcas, a precios competitivos, con el respaldo técnico y operacional que permita entregar bienestar y relaciones de confianza en las principales empresas de ese gremio.

Sin duda, se le ha apostado a este sector, principalmente, por la introducción de la distribución automática, en más de 80 EDS donde hoy se encuentra operando con éxito.

UN PASO HACIA LA FIDELIZACIÓN DEL SHOPPER

En ese sentido, esta solución responde a la necesidad de controlar los costos operacionales de entregar una oferta de alimentación a los consumidores de la estación. Es claro que, no todas las estaciones llegan al volumen de facturación para que se rentabilice una tienda de conveniencia y como consecuencia, si no tienen esta oferta, muchos de los pasajeros y conductores buscarán otra estación que sí ofrezca esos servicios.

Por ende, la apuesta de NOVAVENTA EN LA VIA va encaminada hacia un incremento de ubicaciones de máquinas dispensadoras para reforzar la oferta de bienes y servicios de la estación. La distribución automática es el futuro y todos los sectores están siendo conscientes de sus posibilidades.

Nuestro gran reto es convertir las estaciones de servicio en zonas de paso obligado; adicional, los propietarios disfrutarán de mayor flexibilidad y disponibilidad en cuanto a horarios y, en esencia, en una reducción considerable de los costos operacionales de operar el negocio directamente.

Es más probable que los conductores, descarten la gasolinera tradicional en beneficio de una estación de servicio que integre productos y servicios adicionales para sus clientes, con la meta de generar mayores ingresos y compensar así los altibajos del precio de la gasolina. ↻

establecimientos, cualquier día de la semana y a cualquier hora.

Nos situamos en un nuevo concepto en el que todo cabe. Si bien ya las gasolineras cuentan con tiendas de conveniencia, droguerías, productos para mascotas, restaurantes, o venta de servicios complementarios, han visto la necesidad de incursionar en la venta automatizada de productos como snacks, bebidas refrescantes, bebidas calientes y otros que hacen sentido al nombre “Estación de servicio” y complementan su oferta de valor 24/7; el futuro camina hacia una ampliación todavía mayor de la oferta.

Compañías como NOVAVENTA S.A.S con su marca NOVAVENTA EN LA VIA, Operador vending más grande de Colombia y Suramérica, es una empresa colombiana con 15 años de experiencia operando máquinas dispensadoras de alimentos y bebidas, siendo pioneros en la categoría con 15.000 máquinas operadas en el te-



Las estaciones de servicio han de ser capaces de replantear su estrategia si quieren sobrevivir a estas nuevas demandas y formas de consumo



rritorio nacional, en ciudades tales como: Cali, Eje Cafetero, Medellín, Bogotá. Bucaramanga, Cartagena, Barranquilla.

LO QUE DEBE SABER DEL NUEVO REGLAMENTO TÉCNICO PARA EDS

Por: **Leonardo Rondón, Esmeralda Valero Eslava, Yineth González, Marcela Gaona y Mayerlin Olivera Camero**
Asesores FECEC

El Ministerio de Minas y Energía establece el nuevo Reglamento Técnico para Estaciones de Servicio en la Resolución 40405 de 2020, actualizado en la Resolución 40198 de 2021, que entra en vigencia a partir del 30 de marzo del 2022.

Por la importancia de su implementación, FECEC invita a todos los distribuidores minoristas a conocer en profundidad este nuevo reglamento y responder sus inquietudes. Estas son las preguntas y respuestas más comunes que deben tener en cuenta.

¿Cuándo entra en vigor el nuevo Reglamento Técnico para EDS?

El nuevo reglamento técnico para estaciones de servicio, entra en vigencia a partir del 30 de marzo de 2022.

¿Para qué tipo de EDS aplica el nuevo Reglamento Técnico?

El nuevo Reglamento Técnico tiene secciones que aplican de acuerdo con el tipo de EDS, por ejemplo: terrestres, fluviales y marítimas, aviación y plantas de abastecimiento.

¿Si antes del 30 de marzo del 2022 a mi Estación de Servicio le corresponde visita de vigilancia anual o re certificación, qué reglamento le aplica?

Si su visita de vigilancia o recertificación se realiza antes del 30 de marzo de 2022, el reglamento que le aplicará será la Resolución 1073 de 2015 y este certificado contará con una vigencia de 12 meses. Sin embargo, una vez vencida esta vigencia, deberá ser



inspeccionado bajo el nuevo Reglamento Técnico - Resolución 40198 de 2021.

¿Cuántos organismos de inspección hay acreditados por la ONAC para realizar inspecciones con alcance al reglamento técnico para EDS y cuáles son los requisitos?

El certificado será otorgado por un organismo debidamente acreditado por la ONAC (Organismo de Acreditación Colombiana). Es importante tener en cuenta que debe existir al menos un organismo de inspección acreditado bajo la ISO/IEC17020 de 2012 para que las EDS sean inspeccionadas bajo las nuevas condiciones. Al 29 de octubre de 2021 se cuenta con un organismo acreditado por la ONAC para realizar inspecciones con alcance al nuevo Reglamento Técnico para Estaciones de Servicio.

¿Cuáles son los principales cambios que tuvo la Resolución 40405 del 24 de diciembre del 2020, modificada por la Resolución 40198 del 24 de junio de 2021?

- Modifica el artículo 5° en el sentido de prorrogar la entrada en vigencia del reglamento técnico, deroga todas
- Elimina el requisito de cambio de las cajas de contención de bombas fungibles de las EDS exigido en el literal

las normas que le sean contrarias y tiene una vigencia de 5 años, que inicia el 30 de marzo de 2022 y ésta puede ser prorrogada por el Ministerio de Minas y Energía.

Elimina el requisito de cambio de los contenedores de derrame o spill container de las EDS exigido en el literal h del numeral 5.3.1 del anexo general, con el fin de que sea aplicable únicamente para EDS que se construyan con posterioridad a la entrada en vigencia del reglamento técnico. Para las EDS que ya estén construidas únicamente se requiere el cambio, cuando estos pierdan su funcionalidad.



de 2015; adicionalmente, el certificado será denominado Certificado de Inspección y no Certificado de Conformidad.

¿Las pruebas de hermeticidad en mi EDS las puede realizar cualquier persona o empresa y con que periodicidad se deben hacer?

Estas pruebas se realizarán como mínimo una vez cada dos años con empresas acreditadas por la ONAC, bajo la norma NTC ISO/17020, con alcance en las normas UNE-EN13160, PFFPA 30ª y/o API 650 numeral 6.

Esto mientras no existan en el mercado por lo menos dos empresas acreditadas por la norma mencionada durante los dos años siguientes a la entrada en vigencia del reglamento.

¿Una vez entrada en vigencia el nuevo Reglamento Técnico mi Estación de Servicio debe cumplir en su totalidad con todo lo establecido en este reglamento?

Solo las estaciones de servicio que se construyan después de la entrada en vigencia del nuevo Reglamento Técnico deberán cumplir con todo lo dispuesto en él, de acuerdo con su tipo de Estación de Servicio.

Las Estaciones de Servicio que ya se encuentran construidas antes de la entrada en vigencia del nuevo Reglamento Técnico deberán cumplir con los plazos establecidos, por lo que se recomienda realizar una inspección previa que les permita conocer cómo se encuentran con relación a los ítems establecidos dentro de la norma y sus respectivos plazos.

¿Cada cuánto se deben actualizar los aforos de los tanques?

De acuerdo con el nuevo Reglamento Técnico, los aforos de los tanques deben actualizarse por lo menos una vez cada cinco años.

¿A partir de cuándo se debe empezar a llevar las bitácoras de inspección y mantenimientos en la Estación de Servicio?

Las bitácoras de mantenimiento deberán ser implementadas con la entrada en vigencia de la norma, teniendo en cuenta la existencia de algunos plazos establecidos para pruebas periódicas; es importante que estas bitácoras permanezcan actualizadas. ☞

h del numeral 5.3.1 del anexo general, con el fin de que sea aplicable únicamente para EDS que se construyan con posterioridad a la entrada en vigencia del reglamento técnico. Para las EDS que ya estén construidas únicamente se requiere el cambio, cuando estos pierdan su funcionalidad

- Limita el requisito en el literal a numeral 5 de exhibir la marca representativa del distribuidor mayorista en las cubiertas de las Estaciones de Servicio automotrices y fluvial públicas.
- En el literal g del numeral 5.3 y el literal b del numeral 5.3.2 se incluye la limitación relacionada con el uso de tanques diseñados para el transporte de hidrocarburo como tanques de almacenamiento en instalaciones fijas, logrando eliminar el riesgo producido cuando se usan tanques de almacenamiento de carrotanques.
- Incluye en el numeral 13.1 el acompañamiento de un funcionario de la Dirección de Hidrocarburos en la primera inspección de las Estaciones de Servicio ubicadas en municipios de zonas de frontera, en busca de ejercer

mayor control en la aprobación de las instalaciones en estos municipios.

¿Una vez entrada en vigencia el nuevo Reglamento Técnico, las EDS ya construidas y en operación deberán reemplazar los accesorios que estén instalados actualmente?

Se permite el uso de todos los accesorios instalados actualmente en las EDS (swivel, spill container, válvula de impacto, acople de descarga, caja contenedora de derrames de bombas sumergibles, caja contenedora de derrames de equipos de medida) hasta su avería y/o plazo máximo de dos años desde la entrada en vigencia de la norma, lo que primero se cumpla, momento en el cual deberán ser reemplazados por los accesorios certificados. Atenuando el impacto económico, así se requerirá únicamente el cambio de tales accesorios cuando estos pierdan su funcionalidad.

¿Una vez entrada en vigencia el nuevo Reglamento Técnico, cuál es el tiempo de validez del certificado?

Se debe tener en cuenta que los certificados ahora tendrán un tiempo de validez de un año y no de tres años, como se venía realizando de acuerdo con el Decreto 1073

¡HAY QUE PARARLE BOLAS AL MANEJO DE LAS AGUAS RESIDUALES DOMESTICAS!

La Resolución 0699 del 6 de julio de 2021 entrará en vigencia a partir del 1º de julio de 2022, por lo que su aplicación e implementación es necesaria para las EDS que así lo requieran. Tome nota de las más importantes definiciones.

Por: **Ángela Rodríguez**
y **Mayerlín Olivera Camero**
Asesoras Ambientales FECEC

El Ministerio de Minas y Energía establece el nuevo Reglamento Técnico para Estaciones de Servicio en la Resolución 40405 de 2020, actualizado en la Resolución 40198 de 2021, que entra en vigencia a partir del 30 de marzo del 2022.

Las Estaciones de Servicio en todo el país cuentan con diferentes tipos de vertimientos, entre ellos los vertimientos de Agua Residual Doméstica (ARD), que corresponden a las aguas que provienen principalmente de los baños con los que cuenta la EDS y las pocetas, en los casos donde se cuenta con cocina o cafetería.

Dependiendo de su ubicación geográfica, cada EDS utiliza diferentes métodos de vertimientos o disposición de las aguas residuales domésticas.

Por ejemplo, en el caso de las estaciones que cuentan con alcantarillado, las aguas residuales van directamente al sistema de alcantarillado sin tener un tratamiento previo. Aquellas EDS que no cuentan con conexión al sistema de alcantarillado, en su mayoría tienen un pozo séptico en donde disponen este tipo de vertimientos; también hay casos en los que este vertimiento es dirigido a un cuerpo de agua cercano.

Por su importancia, el manejo de las aguas residuales domésticas es considerado expresamente en la Resolución 0699 del 6 de julio de 2021, "por la cual se establecen los parámetros y los valores



límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales de Aguas Residuales Domésticas Tratadas al suelo, y se dictan otras disposiciones".

Esta resolución entrará en vigencia a partir del 1º de julio de 2022, por lo que su aplicación e implementación es necesaria para las EDS que así lo requieran.

A continuación, exponemos los aspectos más relevantes de esta Resolución, de manera que podamos identificar cuál es el caso de cada EDS y saber si requiere realizar un cambio teniendo en cuenta su condición actual.

ARTÍCULO 1. Objeto y ámbito de aplicación. Establecer los parámetros y los valores límites máximos permisibles que deberán cumplir quienes realicen vertimientos puntuales de Aguas Residuales Domésticas Tratadas (ARD-T) al suelo. Igualmente, se establecen los parámetros objeto de análisis y reporte por parte de las actividades industriales, comerciales o servicios, de conformidad con el artículo 4º de la presente resolución.

ARTÍCULO 2. Definiciones. Para la aplicación de la presente resolución, se adoptan las siguientes definiciones:

Usuarios de vivienda rural dispersa: Toda persona natural o jurídica de derecho público o privado que hace uso de infraestructura denominada vivienda rural dispersa, considerada como la unidad habitacional localizada en el suelo rural de manera aislada que se encuentra asociada a las formas de vida del campo y no hace parte de centros poblados rurales ni de parcelaciones destinadas a vivienda campestre.

Usuarios equiparables a usuarios de vivienda rural dispersa: Toda persona natural o jurídica de derecho público o privado que hace uso de infraestructura asociada a una actividad productiva o de



PARÁMETROS PARA USUARIOS DIFERENTES A USUARIOS EQUIPARABLES Y A USUARIOS DE VIVIENDA RURAL DISPERSA

VELOCIDAD DE INFILTRACIÓN BÁSICA

PARÁMETROS	UNIDAD DE MEDIDA	CATEGORÍA I VELOCIDAD DE INFILTRACIÓN ENTRE 16 A 27 mm/h	CATEGORÍA II VELOCIDAD DE INFILTRACIÓN ENTRE 2,6 A 15 mm/h O ENTRE 26 A 52 mm/h	CATEGORÍA III VELOCIDAD DE INFILTRACIÓN MENOR A 2,5 mm/h O MAYOR A 52 mm/h
GENERALES				
Temperatura	Grados Centígrados	± 5°C Que el Rango de Temperatura Media Anual Multianual del Lugar		
pH	Unidades de pH	6,5 a 8,5	6,5 a 8,5	6,5 a 8,5
Demanda Química de Oxígeno (DQO)	mg/L O ₂	200,0	200,0	200,0
Demanda Bioquímica de Oxígeno (DBO)	mg/L O ₂	90,0	90,0	90,0
Sólidos Suspendedos Totales (SST)	mg/L	100,0	70,0	50,0
Sólidos Sedimentables (SSED)	mL/L	3,5	2,5	1,5
Grasas y Aceites	mg/L	20,5	20,0	20,0
Fenoles	mg/L	0,10	0,01	0,01
Sustancias Activas al Azul de Metileno (SAAM)	mg/L	0,5	0,5	0,5
Conductividad Eléctrica	(uS/cm)	1000,0	700,0	700,0
COMPUESTOS DE FÓSFORO				
Fósforo Total (P)	mg/L	5,0	5,0	2,0
COMPUESTOS DE NITRÓGENO				
Nitratos (N-NO ₃)	mg/L	15,0	10,0	10,0
Nitrógeno Total (N)	mg/L	30,0	20,0	20,0
PARÁMETROS DE SALINIDAD Y SODICIDAD				
Relación de Absorción de Sodio (RAS)	Adimensional	6,0	6,0	3,0
Cloruros (Cl)	mg/l	250,0	250,0	140,0
Sulfatos (SO ₄ ²⁻)	mg/L	250,0	250,0	250,0
METALES Y METALOIDES				
Aluminio (Al)	mg/L	5,0	3,0	1,0
Cadmio (Cd)	mg/L	Analisis y Reporte	Analisis y Reporte	Analisis y Reporte
Cinc (Zn)	mg/L	3,0	2,0	2,0
Cromo (Cr)	mg/L	2,0	1,5	1,0
Cobre (Cu)	mg/L	Analisis y Reporte	Analisis y Reporte	Analisis y Reporte
Manganeso (Mn)	mg/L	2,0	1,0	0,2
Plata (Ag)	mg/L	0,05	0,05	0,05
Plomo (Pb)	mg/L	3,0	2,0	0,1
HIDROCARBUROS				
Hidrocarburos Totales (HTP)	mg/L	2,5	2,5	1,0
PARÁMETROS MICROBIOLÓGICOS				
Coliformes Totales	NMP/100 mL	Analisis y Reporte	Analisis y Reporte	Analisis y Reporte

uso de vivienda campestre, cuya generación de aguas residuales domésticas son semejantes en cantidad y calidad (expresado en carga de DBO5), a las producidas por los usuarios de vivienda rural dispersa, con valores menores o iguales a 1,0 Kg DBO5/d.

Usuarios diferentes a usuarios equiparables y a usuarios de vivienda rural dispersa: toda persona natural o jurídica de derecho público o privado que hace uso de infraestructura locativa de retretes y servicios sanitarios, sistemas de aseo personal (duchas y lavamanos), cocinas y cocinetas, pocetas de lavado de elementos de aseo, realiza lavado de paredes y pisos de esta infraestructura locativa, y lavado de ropa (no se incluyen servicios de lavandería industrial), cuya generación de aguas residuales domésticas son diferentes en cantidad y calidad a las producidas por los usuarios de vivienda rural dispersa y de los equiparables a vivienda rural dispersa.

El sistema de recolección y transporte de estas aguas residuales domésticas debe ser independiente y separado de las ARnD y del sistema de aguas lluvias. Teniendo en cuenta estas definiciones, es posible identificar que las Estaciones de

Servicio se encuentran clasificadas como Usuarios diferentes a usuarios equiparables y a usuarios de vivienda rural.

ARTÍCULO 3. De los Parámetros fisicoquímicos y microbiológicos, y sus valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales de ARD-T al suelo de los Usuarios de Vivienda Rural Dispersa.

Los parámetros fisicoquímicos y microbiológicos, y sus valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales de ARD-T, establecidas en el ámbito de aplicación de la presente Resolución, para los Usuarios de Vivienda Rural Dispersa teniendo en cuenta que no requerirán de permiso de vertimiento al suelo cuando las soluciones individuales de saneamiento



básico para el tratamiento de estas aguas residuales domésticas sean diseñadas bajo los parámetros definidos en el reglamento técnico del sector de agua potable y saneamiento básico, corresponde a las autoridades ambientales competentes, en el ejercicio de sus funciones de evaluación, control y seguimiento ambiental, conforme a la priorización de los usuarios, realizar la caracterización de los vertimientos para verificar el cumplimiento de los parámetros fisicoquímicos y microbiológicos, y sus valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales de ARD-T al suelo.

De acuerdo con el artículo 3, no requerirán de permiso de vertimientos los usuarios de Vivienda Rural Dispersa, clasificación que no aplica para Las Estaciones de Servicio.

ARTÍCULO 4. Parámetros fisicoquímicos y microbiológicos, y sus valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales de ARD-T al suelo. Los parámetros fisicoquímicos y microbiológicos, y sus valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales de ARD-T, establecidas en el ámbito de aplicación de la presente Resolución, serán los siguientes:

En este caso, las Estaciones de Servicio que no se encuentren conectadas al alcantarillado y generen su vertimiento al suelo, deberán cumplir con los parámetros establecidos en la tabla 2. Así mismo, la Resolución plantea la posibilidad de excluir parámetros de caracterización y ajustar el cumplimiento de dicha norma a la transición que menciona la norma en el artículo 2.2.3.3.11.1 del Decreto 1076 de 2015, lo cual significa que se acogieron al mismo

régimen de transición que se utilizó para la Resolución 631 de 2015.

ARTÍCULO 5. De la exclusión de parámetros de la caracterización. El Usuario responsable de la actividad podrá solicitar ante la Autoridad Ambiental competente la exclusión de algunos parámetros, soportado con la realización de las caracterizaciones, donde se demuestre que dichos parámetros no se encuentran presentes en sus Aguas Residuales Domésticas Tratadas (ARD-T). Para ello se deberá realizar el análisis estadístico de los resultados de las caracterizaciones.

ARTÍCULO 6. Recopilación de información. La información de los resultados de los análisis y cuantificación de los parámetros específicos aplicables definidos en la presente resolución para los vertimientos puntuales de ARD-T deberá suministrarla el usuario responsable de la actividad a la Autoridad Ambiental competente.



Según lo establecido en este artículo, a las estaciones a las que les aplique realizar dicha caracterización de vertimientos, deberán realizarla con una frecuencia anual y reportarla ante la Autoridad Ambiental competente de su jurisdicción, como se indica en los párrafos descritos en el mismo artículo.

PARÁGRAFO. Los Usuarios equiparables a vivienda rural dispersa deberán realizar el análisis de los parámetros objeto de la presente resolución, con una frecuencia de monitoreo bienal (Cada dos años).

Los usuarios diferentes a los usuarios de vivienda rural dispersa y a los equiparables de vivienda rural dispersa deberán realizar el análisis de los parámetros objeto de la presente resolución, con una frecuencia de monitoreo anual.

ARTÍCULO 7. Régimen de transición. Se aplicará el régimen de transición establecido en el artículo 2.2.3.3.11.1. del Decreto 1076 de 2015 o aquella que lo modifique o sustituya. ☺

**PONLE EXTRA A LA
 QUINCENA CON QUALITOR[®]**



**¿TRABAJAS EN UNA
 ESTACIÓN DE SERVICIO?**

Por tus ventas de aditivos Qualitor[®] y Moto Bien[®] de Simoniz[®] ¡Recibirás puntos que podrás canjear por dinero!



Aditivos Qualitor
 250/140ml
\$700



Complete
 Fuel System
 Cleaner 473ml
\$2.000



Power Shot
 5 en 1
 Qualitor 60ml
\$200



Aditivos
 Moto Bien 60ml
\$200



CONOCE MÁS EN:
ADITIVOSQUALITOR.COM

¿QUÉ TAN 'NUEVAS' SON LAS NUEVAS GASOLINAS EXTRA?

En los últimos meses han venido apareciendo algunos artículos de prensa relacionados con un aparente surgimiento de 'nuevas gasolinas' con un componente de octanaje superior al que hoy manejan las gasolinas 'tipo extra' o Premium.

dependiendo de las regiones y el porcentaje de etanol que puedan agregar, la extra oscila hoy entre 91 y 95 octanos.

EL MEOLLO DEL ASUNTO

Sobre las nuevas formulaciones que están ofreciendo Terpel y Primax en sus combustibles extra, es importante señalar que desde hace más de un año Ecopetrol elevó el octanaje de esta gasolina para todos los distribuidores del país y esta tiene entre 95 y 96 octanos de base, pero sube a 98 cuando hay disponibilidad de etanol para agregarle hasta el 10 por ciento obligatorio.

La GT98 de Terpel ofrece a sus consumidores que el octanaje será siempre 98, supliendo con aditivos y fórmulas propias cuando la base de Ecopetrol esté por debajo.

Primax vende "hasta 98", es decir, que solo entrega 98, cuando así sale de Ecopetrol, en la G-Prix. O sea, surte lo que todas las estaciones de todas las marcas expenden. Pero tiene un diferenciador con un paquete de aditivos y detergentes que evita los depósitos en los cuellos de las válvulas, descontamina los inyectores y los protege, muy especialmente a los de inyección directa que van en las cámaras. También en Texaco venden la Techron desde hace mucho tiempo con aditivos de similares efectos a los de Primax.

Para José Clopatofsky, Director de la Revista Motor de El Tiempo, "es claro que lo más subido de octanaje son los precios de la extra, en cuya cómoda libertad se pasean las estaciones con unas diferencias

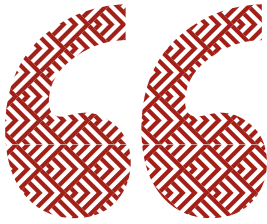
Algunas marcas como Terpel y Primax han incursionado en el mercado de combustibles con 'nuevas referencias' de estas gasolinas Premium con un octanaje mayor. Desde abril, Terpel, propiedad de la Compañía de Petróleos de Chile S. A. (Copec S. A.), empezó a comercializar en Medellín la gasolina premium GT98. Y luego Primax Colombia S. A., del Grupo Romero de Perú, lanzó la nueva gasolina Extra G-Prix.

Entre las dos compañías suman 2.783 estaciones de servicio a lo largo y ancho del país. Al cierre del 2020, Terpel tenía 1.928 y una participación en el mercado

del 44,5 por ciento, mientras que Primax, que llegó al país en el 2018, cuenta con 855 estaciones de servicio y tiene el 22,4 por ciento del mercado.

Este es el escenario en el que se libra ahora la guerra por 'la nueva gasolina extra' que distribuyen ambas compañías y que tiene en común una capacidad antidetonante de 98 octanos. Esa es la gran noticia, un combustible de mejor rendimiento y otras cualidades.

Estos son tres octanos más de los que tiene la mejor gasolina extra que se vende en las estaciones de todo el país. Según Ecopetrol,



Es claro que lo más subido de octanaje son los precios de la extra, en cuya cómoda libertad se pasean las estaciones con unas diferencias inexplicables



José Clopatofsky

Director de la Revista Motor de El Tiempo

inexplicables y desproporcionadas, jugando en el mercado que les ofrecen las leyes de la oferta y la demanda”.

Según el experto, la extra no tiene piso ni techo fijos. “Su precio es variable porque Ecopetrol la vende según las cotizaciones internacionales en el mercado de la costa del golfo de los Estados Unidos, donde una dosis equivalente vale alrededor de 3,5 dólares, al público, más barata que acá”.

¿QUÉ DICE MINENERGÍA

Ante el requerimiento de FECEC, la Dirección de Hidrocarburos del Ministerio



LA VERDAD DE LAS GASOLINAS

Este artículo publicado por El Tiempo despeja algunas dudas relacionadas con estas ‘nuevas gasolinas’ que ofrece hoy el mercado de la distribución de combustibles en Colombia. Valga decir que el consumo de la gasolina extra en Colombia representa apenas un 3% del total. En 2019, en un día se consumían 130.200 galones de extra contra 4,3 millones de gasolina corriente.

¿QUÉ TAN BUENA ES LA GASOLINA COLOMBIANA?

En este momento, luego de un ajuste obligatorio decretado por los Ministerios de Minas y Ambiente y Desarrollo Sostenible en abril pasado, las gasolinas colombianas están en el estándar internacional y algo mejor. La parte esencial de la norma exigió reducir el azufre de 300 a 100 partículas por millón (PPM) y se están entregando la extra y la corriente con 50 a 80 PPM.

¿DE DÓNDE NOS LLEGA LA GASOLINA?

La producen exclusivamente para todas las estaciones del país las refinerías de Ecopetrol en Barranca (80%) y Cartagena (20%). Dependiendo de los suministros y consumos, ocasionalmente se importan gasolinas del Golfo de México que se mezclan con la local, después de los debidos chequeos de conformidad y calidad. Nunca se venden separadamente.

¿CÓMO SE DISTRIBUYE?

Toda la gasolina y otros combustibles viajan por las dos líneas de polductos a los principales centros de acopio cercanos a las ciudades de mayores consumos. Allí, cada distribuidor tiene la obligación de agregarle el 10 por ciento de etanol a la extra y la corriente y tiene luego la libertad de ponerles sus propios aditivos diferenciadores.

¿ESE AGREGADO DE ETANOL ES CONSISTENTE?

Es obligatorio. Cambia por razones de suministro y de problemas de movilidad como ha sido el caso de estos bloqueos cuando bajó al 4 por ciento. Ahora está en un 7 por ciento y va a subir al 10 por ciento apenas se normalicen la situación.

¿EL ETANOL SUBE EL OCTANAJE?

Directamente entre el 1,2 y 1,5 por ciento, por simple regla de tres. O sea, la corriente sale con 84 octanos (RON) y con el etanol al 10 por ciento sube a 85 u 85,5. La extra sale de las refinerías con 93 y sube a 95/96 y eso es lo que el público recibe en todas redes. Dependiendo del crudo del momento y otras variables, puede subir en ocasiones hasta 98 octanos si la base mejora. Esto es equivalente a cualquiera de las gasolinas de alto performance internacionales.

¿CUÁLES SON LAS DIFERENCIAS QUE OFRECEN TERPEL Y PRIMAX EN SUS GASOLINAS EXTRA?

Todas esas gasolinas parten de la misma base de Ecopetrol y dan los octanajes promedio citados. Esas marcas están agregando aditivos de su propia formulación para mejorarlas aún más. Hay que citar la Techron de Texaco que también se ofrece con diferencias desde hace mucho tiempo en el país y tiene una delantera con esa política.

¿HAY ESPECULACIÓN CON LOS PRECIOS DE LAS NUEVAS GASOLINAS?

El precio de ese combustible extra es libre pero sí hay afectación de la base del precio por el costo de los procesos, aditivos adicionales, etc. para quienes las producen. Cada estación, partiendo del valor al cual compra las gasolinas, es libre de ofrecerlas al valor que considere. No hay precios fijos pues estos dependen del valor de los transportes desde las refinerías a los sitios de acopio y luego a las estaciones y la situación demográfica del expendio. ☞

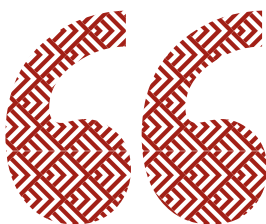
de Minas y Energía precisó el alcance de la nueva reglamentación expedida en el primer semestre de este año.

“En los últimos años, el Gobierno Nacional ha venido trabajando en el fortalecimiento de la calidad de los combustibles líquidos que se distribuyen en todo el territorio nacional y, por esto, los Ministerios de Minas y Energía y de Ambiente y Desarrollo Sostenible expidieron la Resolución 40103 del 7 de abril de 2021, por la se establecieron los parámetros y requisitos de calidad del combustible diésel (ACPM), los biocombustibles para uso en motores de encendido por compresión como componentes de mezcla en procesos de combustión y de sus mezclas y, de las gasolinas básicas y gasolinas oxigenadas con etanol anhidro, combustible para uso en motores de encendido por chispa”, señala el Ministerio.

En el artículo 3 de la mencionada resolución se establecieron los requisitos de calidad de las gasolinas básicas y se definió que la gasolina motor corriente y la gasolina motor extra deben cumplir con un Índice Antidetonaante (IAD) de 81 y 91 octanos, respectivamente. Así mismo se estableció que a partir del 1° de mayo de 2021, el octanaje se definirá en términos de RON, mientras que el IAD se reportará en términos de la siguiente fórmula: $IAD = (RON + MON)/2$.

“Así las cosas, se estableció que la gasolina motor corriente deberá cumplir con 84 octanos, en términos de RON, hasta el 30 de diciembre de 2030 y a partir del 31 de diciembre de 2030 con 88 octanos, mientras que la gasolina motor extra deberá cumplir con 93 octanos, en términos de RON”, advierte la comunicación de la Dirección de Hidrocarburos.

En el mismo artículo se establecieron “los requisitos de calidad de las gasolinas oxigenadas con etanol anhidro combustible para uso en motores de encendido por chispa y se definió que la gasolina motor corriente y la gasolina motor extra deben cumplir con un Índice Antidetonaante (IAD) de 84 y 94 octanos, respectivamente, y a partir del 1° de mayo de 2021 el octanaje se definirá en términos de RON, esto es: la gasolina motor corriente deberá cumplir con 89 octanos hasta el 30 de diciembre de 2030 y a partir del 31 de



No obstante, serán los conductores quienes decidan al final cuál gasolina pondrán en sus tanques



diciembre de 2030 con 92 octanos, mientras que la gasolina motor extra deberá cumplir con 97 octanos”.

EN CONCLUSIÓN

A través de esta nueva resolución, el Ministerio ajustó el estándar que indica la capacidad antidetonante de los combustibles que suministra Ecopetrol, que a partir del 1° de mayo de 2021 no se da bajo la medida IAD sino bajo la medida RON.

En este sentido, los agentes de la cadena de distribución de combustibles deberán cumplir con los mismos requisitos de calidad de estos combustibles y cumplir los límites exigidos en términos de RON desde el 1° de mayo de 2021.

Esto quiere decir que, según la Resolución 40103 de 2021, para las gasolinas oxigenadas con etanol anhidro combustible para uso en motores de encendido por chispa, a partir del 1° de mayo de 2021 el octanaje se definirá en términos de RON. En este sentido, la gasolina motor corriente deberá cumplir con 89 octanos hasta el 30 de diciembre de 2030 y a partir del 31 de diciembre de 2030 con 92 octanos, mientras que la gasolina motor extra deberá cumplir con 97 octanos.

De manera que, para no inducir al engaño o al error por parte de los consumidores, lo que se hizo finalmente fue un cambio de estándar y hoy lo que se comercializa en las diferentes estaciones de servicio del país es una gasolina corriente de 89 octanos y una gasolina extra de 97 octanos.

Lo demás, llámese GT98 o G-PRIX, no es más que una estrategia comercial innovadora que hace ver los 98 octanos como la capacidad antidetonante más alta en el mercado, cuando en realidad se trata de la misma gasolina extra bajo un nuevo estándar RON definido por el Minenergía. Los 94 octanos IAD corresponden a 97 octanos RON.

No obstante, serán los conductores quienes decidan al final cuál gasolina pondrán en sus tanques. ☞

**¡PIENSA DIFERENTE PARA
HACER LAS COSAS DIFERENTE!**

La Confederación
de Distribuidores Minoristas
de Combustibles y Energéticos

Agrupa hoy a cerca de 2.000 distribuidores minoristas en todo el país, a través de estas siete agremiaciones representativas del sector a nivel nacional:



¡A todos nuestros afiliados les deseamos una Feliz Navidad y un Próspero 2022, en compañía de sus familias y amigos!

¡SOMOS UNA OPCIÓN GREMIAL DIFERENTE!

UNA FARMACIA, LA PRIMERA GASOLINERA DEL MUNDO

La primera gasolinera del mundo se encuentra en Alemania, en la pequeña ciudad de **Wiesloch**. En la fachada de un edificio de esta localidad se puede ver una placa conmemorativa a la entrada de una farmacia, donde se puede leer en alemán la frase **“Erste Tankstelle der Welt”**, es decir, “la primera gasolinera del mundo”.

A pesar de formar parte de la historia del automóvil, la calle donde se encuentra la “primera gasolinera del mundo” hace tiempo que no ve pasar un auto. Desde hace unos años es una zona peatonal y todo aquel que quiera ver la farmacia y la estatua conmemorativa del viaje de Bertha Benz tiene que hacerlo a pie.

La historia cuenta que, durante el verano de 1888 Bertha Benz, esposa del inventor del automóvil Carl Benz, se colocó a los mandos del Benz Patent-Motorwagen 3 para viajar a su ciudad natal acompañada por sus dos hijos.

Este viaje es considerado como el primer viaje interurbano de la historia. Debido a la distancia recorrida, la señora Benz se vio obligada a tanquear combustible. Para ello se detuvo en una farmacia ubicada en la

1888

Bertha Benz, esposa del inventor del automóvil Carl Benz, se colocó a los mandos del Benz Patent-Motorwagen 3 para hacer el primer viaje interurbano de la historia

ciudad de Wiesloch y compró unos litros de un producto de limpieza derivado del

petróleo llamado “Ligroin”. Era la primera ocasión en la que un automóvil se detenía a tanquear en medio de un viaje.

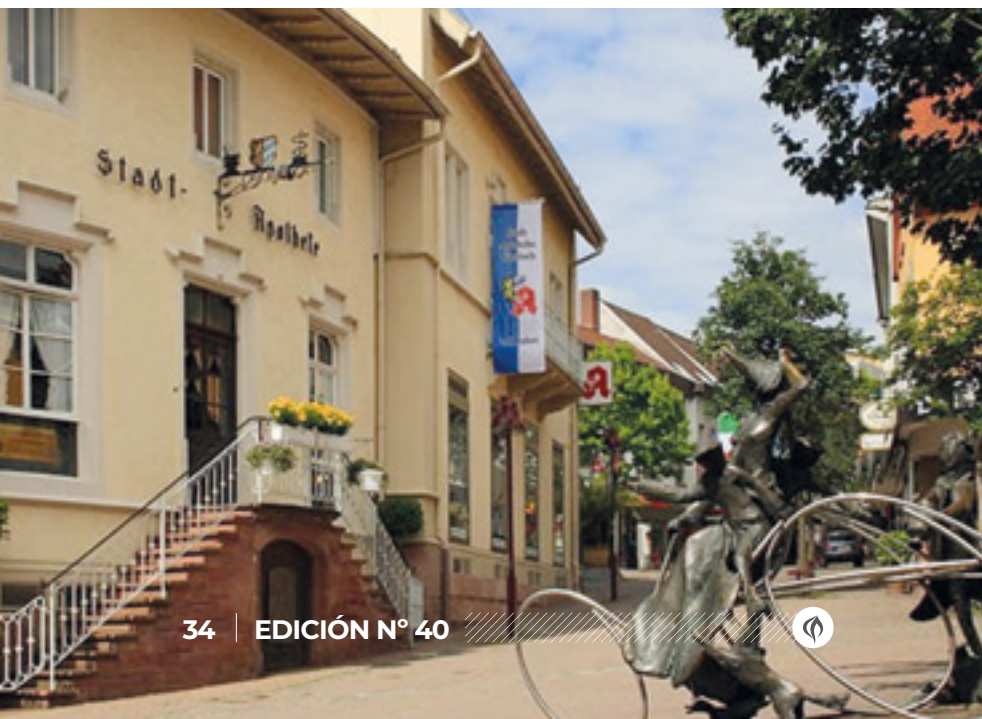
Aunque hoy en día las gasolineras forman parte imprescindible del paisaje urbano dominado por el automóvil, en los comienzos de la sociedad motorizada los combustibles como la gasolina u otros derivados del petróleo solamente se vendían en farmacias y mayoritariamente se utilizaban como quitamanchas y disolventes.

A medida que se normalizó el uso de automóviles en la sociedad fueron creciendo los puntos de venta de combustible. La primera guía de gasolineras se publicó en Alemania en el año 1909 y contaba con más de 2.000 puntos de venta, entre los que se encontraban droguerías, tiendas de bicicletas y casas de hospedaje.

Los conductores llevaban sus propios recipientes, generalmente botellas, garrafas o incluso lecheras, que luego vaciaban en el depósito de sus coches. Las medidas de seguridad eran inexistentes y los accidentes por incendio estaban a la orden del día, especialmente si algún despistado se empeñaba en fumar durante el repostaje.

Los primeros surtidores aparecieron varios años más tarde, a medida que las carreteras se poblaban de coches sin caballos. La mayoría se ubicaban en las dependencias de los nuevos talleres de automóviles, que generalmente eran antiguas herrerías o cerrajerías que cambiaban de actividad comercial ante el rumbo que empezaba a tomar el transporte por carretera.

Pero estoy seguro que ninguno de aquellos empresarios habría imaginado que





preocupado a Herr Karl, que no cubría costos ni por casualidad.

En opinión de su esposa y socia, el problema no estaba en el automóvil, sino en la manera de venderlo. Hasta entonces todos los desplazamientos realizados con los estrambóticos triciclos motorizados eran de corta distancia y con asistencia técnica, lo cual dejaba al Motorwagen del señor Benz como poco más que un caro juguete. Así que la esposa de Herr Benz planeó una demostración empírica de las cualidades del vehículo. El movimiento se demuestra andando, y Bertha no era de las que se andaba con rodeos.

16 Km/h

Alcanzaba El **Benz-Patent Motorwagen** considerado unánimemente el primer automóvil de la historia diseñado para ser autopropulsado mediante un motor

las gasolineras llegarían a ser con el tiempo negocios con identidad propia, que incluso llegarían a tener regulada por ley la distancia máxima a la que podrían ubicarse en algunas carreteras.

EL VIAJE DE LA SEÑORA BENZ

Pero, ¿cómo fue el accidentado viaje de la señora Benz?

Corría el año 1888 y el señor Benz se encontraba un poco alicaído. Herr Karl Benz, que ese era su nombre completo, estaba preocupado por las ventas del producto estrella de su compañía, el Benz-Patent Motorwagen, que venía a ser un triciclo motorizado. Bertha Benz, esposa y socia capitalista en la compañía, confiaba plenamente en las posibilidades comerciales del nuevo vehículo, así que decidió embarcarse en un viaje prodigioso para demostrarle a su marido y al público en general todo lo que era capaz de hacer aquella máquina. Esta es la historia de su accidentado viaje.

El Benz-Patent Motorwagen es considerado unánimemente el primer automóvil de la historia diseñado para ser autopro-

pulsado mediante un motor. Alcanzaba una fascinante velocidad punta de 16 kilómetros por hora. El primero fue construido en 1886, y financiado por Bertha, de orígenes más bien acomodados.

Lamentablemente, las leyes de esa época impedían que una mujer casada pudiera ser titular de una patente, así que sólo Karl figura como inventor del automóvil. En 1888 apenas se habían vendido un par de aparatos, a un precio evidentemente inalcanzable para la inmensa mayoría de la población, lo cual tenía

Aún no había amanecido el 5 de agosto en Mannheim, una ciudad del sureste de Alemania, cuando Bertha Benz despertó a sus dos hijos mayores, de quince y trece años, para que le acompañaran en el surrealista viaje. Silenciosamente empujaron el coche fuera del taller; le dieron vueltas a la manivela hasta que el automóvil se puso en marcha y se lanzaron a la aventura.

Herr Karl, absolutamente inocente de lo que su mujer había tramado, encontró una nota cuando se despertó en la que Bertha le informaba que había ido con los niños a visitar a su madre, residente en la ciudad de Pforzheim. Lo que no decía es cómo había ido. De eso se enteraría más tarde.

Las dificultades a las que se enfrentaron Bertha y sus hijos se iniciaron desde bien temprano. Las tuvieron de todo tipo. La primera de ellas, de orientación. Sólo después de haber iniciado el viaje se dieron cuenta de que ni tenían un mapa de carreteras, ni conocían el camino, así que dieron una vuelta por Wenheim. Durante los siguientes cien kilómetros Bertha y sus hijos asombrarían a todo aquel con el que se encontraron: eso de ver un coche no tirado por caballos, sin



olor a estiércol, sin polvo ni sudor, era algo inimaginable.

Además de las dificultades con la orientación también padecieron problemas técnicos. Uno muy sencillo: la falta de combustible.

Poco antes de llegar a un pueblo llamado Wiesloch, el triciclo se quedó seco, y es fácil imaginar que en un mundo donde no existían automóviles las posibilidades de conseguir combustible tendían más bien a ser cero. Pero doña Bertha no se arredró. El Motorwagen de los Benz usaba como combustible un derivado del petróleo llamado ligroína, usado por entonces como producto de limpieza. Así que nuestra heroína entró en una apotheke (farmacia) y procedió a comprar cinco litros de combustible para su vehículo, inventando así la estación de servicio.

Los dueños de la farmacia están tan orgullosos del papel de su negocio en esta historia que todavía hoy, siglo y cuarto más tarde, sigue recordando el evento con una placa y una escultura donde se indica que esa farmacia fue “la primera gasolinera de la historia”.

Unos kilómetros más allá los frenos se calentaron en exceso, así que nuestra protagonista, que como el lector puede

106

kilómetros de recorrido, el viaje más largo de todos los tiempos, con muchísima diferencia, en un automóvil. Unas trece horas de viaje repletas de anécdotas

comprobar, tenía soluciones para todo, le encargó a un zapatero unas cubiertas de cuero para el sistema de frenado. Así pudo continuar el viaje sin mayores contratiempos, y de paso, acababa de inventar las zapatas de freno.

Más problemas técnicos siguieron durante las siguientes horas, incluyendo falta de aceite y fallos en el cárter. A todo ello se unía el penoso estado del camino, normalmente transitado únicamente

por recuas de mulas, hombres a caballo y ocasionales diligencias, y que dificultaba mucho el avance del moderno triciclo de doña Bertha, que carecía de cualquier cosa parecida a los amortiguadores.

Pero finalmente, cuando ya había anochecido, la señora Benz y sus hijos llegaron a casa de la abuela, desde donde le pusieron un telegrama al marido y padre de los osadísimos viajeros, que sin duda a esas horas ya estaría preocupado.

En total habían sido 106 kilómetros de recorrido, el viaje más largo de todos los tiempos, con muchísima diferencia, en un automóvil. Unas trece horas de viaje repletas de anécdotas que habían cumplido con creces el objetivo publicitario del viaje: por los pueblos del camino no se hablaba de otra cosa que de esa osada que iba con sus dos hijos en un triciclo a motor por los horrendos y polvorientos caminos de la época. Bertha Benz también había inventado el marketing. Y todo en 100 kilómetros.

Pero claro, había que volver, así que a la mañana siguiente emprendieron el camino de vuelta, siguiendo otra ruta más corta, lo que les permitió llegar a Mannheim a la hora de la cena. Allí Bertha le explicó con pelos y señales a su marido los pormenores del viaje, y, como la mejor y más osada piloto de pruebas de todos los tiempos, le hizo toda clase de sugerencias para mejorar el rendimiento y el funcionamiento del motorwagen.

Y funcionaron. El cacharro de los Benz empezó a venderse cuando se comprobó que podía servir para algo más que para lucir palmito, y ese fue el origen de la compañía que ahora conocemos como Mercedes-Benz.

Bertha vivió muchos años más, tantos como para soplar 95 velas en un acto donde se le concedió el doctorado Honoris Causa en la Universidad Técnica de Karlsruhe. Murió pocos días más tarde, dejando un legado imborrable en la historia de los automóviles. A principios del siglo XXI, el estado de Baden-Wurtemberg reconoció dicho legado dando nombre a la Bertha Benz Memorial Route, que sigue los 194 kilómetros del recorrido de ida y vuelta original. Hoy ir de una ciudad a otra, y más en Alemania, es cuestión de minutos por una moderna autopista, pero si eso es así es en parte gracias a osados pioneros como Bertha Benz. ☺



NUEVAS TECNOLOGÍAS, A LA ORDEN DEL DÍA

Definitivamente, las nuevas tecnologías invadieron nuestra forma de vida cotidiana y se apoderaron de todos los rincones de nuestro quehacer diario.

Y la tanqueada del carro no podía ser la excepción. La idea de las compañías mayoristas y de las estaciones de servicio es brindar el mejor servicio posible al consumidor final, y eso pasa por su experiencia de pago, que no deja de ser compleja por momentos.

Antes de terminar el año 2020, los usuarios de las estaciones de Biomax comenzaron a utilizar los códigos QR de Mercado Pago, inicialmente en Bogotá y municipios aledaños como Chía, Cota, Mosquera y Funza.

La transformación tecnológica de las estaciones de servicio ya es una realidad. El uso de nuevas tecnologías y el conocimiento de los consumidores resulta clave en cualquier estrategia de mercadeo.

Para realizar el pago, las personas deben tener instalada en su celular la aplicación de Mercado Pago o de Mercado Libre y seleccionar la opción de pagar con código QR. Las transacciones se realizan desde la cuenta digital de Mercado Pago, que es

gratuita y que permite el pago con saldo de cuenta o tarjetas de crédito registradas previamente.

“Los colombianos han visto en las herramientas digitales una posibilidad de realizar sus compras de manera más segura durante la coyuntura. Uno de los comercios que hoy se suma a esta evolución de pagos, son las estaciones de servicio de Biomax y Brio, las cuales cuentan con servicios de pagos con Código QR desde el mes de octubre”, dijo Diego Navarro, director de Mercado Pago Colombia.

La segunda fase de este proyecto contempla una expansión en los departamentos de Valle, Tolima, Cauca y Huila. Este año, el objetivo es que el servicio esté disponible en Boyacá y los Llanos Orientales.

Según la compañía, los Códigos QR reducen los tiempos de la transacción en hasta un 40%, además de que se han visto impulsados durante la pandemia ante las medidas de distanciamiento social.

"Con avances tecnológicos como el pago a través de código QR de Mercado Pago en sus puntos de venta, Biomax no solo quiere ofrecer medios de pago alternativos para los consumidores, sino también tomar medidas que contribuyan a prevenir el contagio en épocas de covid-19 y estar a la vanguardia en términos de tecnología", dijo María Carolina Pineda Rojas, gerente de experiencia al cliente.

PLATAFORMA DIGITAL

El resto de América Latina no es ajena a estos modelos de innovación. En Guatemala, por ejemplo, se desarrolló el proyecto Gasonline, una plataforma para la compra y venta de combustibles en línea que permite a personas, empresas, propietarios de flotillas de vehículos y gasolineras, la transacción de compra y venta de combustibles, mediante un procedimiento seguro, ágil, dinámico, en tiempo real y completamente gratuito.

"Gasonline es una empresa guatemalteca y la primera en el mundo, que lanza al mercado un sistema totalmente digital para transaccionar de forma transparente compra y venta de combustibles (a través de banca en línea) totalmente seguro, sin contacto y gratis", indicó Rodolfo Rohmoser Robles, presidente de Gasonline.

Gasonline es una plataforma que funciona inicialmente dentro de la banca en línea del Banco G&T Continental (pagos a terceros) por medio de un proceso práctico, fácil y seguro. Esta alianza cuenta con los más altos estándares de seguridad, pues permite realizar las transacciones de débito de su cuenta y crédito de manera simultánea en forma de pre-pago a las diferentes gasolineras del territorio guatemalteco.

Al realizar su operación de compra de combustible, el sistema le genera un "Token" (o código) en su misma banca en línea, que el usuario debe mostrar o proporcionar verbalmente en su gasolinera seleccionada. Además, el sistema envía un mensaje de texto o SMS con el mismo

"Token" al teléfono móvil del beneficiario. Una vez en la pista, los despachadores validarán el "Token" para posteriormente proceder a abastecer el vehículo del combustible.

La aplicación móvil de Gasonline permite llevar un control administrativo de sus consumos, por vehículo, placa, fecha, hora, montos y demás variables importantes. La App móvil de Gasonline es totalmente gratuita y es compatible con teléfonos con sistema operativo iOS y Android.

TRANSFERENCIAS 3.0 EN ARGENTINA

De otro lado, en Argentina los proveedores de software para Estaciones de Servi-

2020

Fue el año donde los usuarios de las estaciones de Biomax comenzaron a utilizar los códigos QR de Mercado Pago, inicialmente en Bogotá y municipios aledaños.



cio consideran que todo método que elimine la utilización de dinero en efectivo de las operaciones cotidianas aporta a la seguridad, rapidez y agilidad de la carga de combustible.

Por eso, el Estado lanzó el programa "Transferencias 3.0", que contempla a todas las Estaciones de Servicio del país entre los comercios que ya están habilitados para la utilización de los códigos QR y billeteras electrónicas de los bancos que operan en Argentina.

La principal característica del pago con transferencia denominado MODO, es que permitirá interoperar las cuentas bancarias y las billeteras virtuales. De esta forma, los usuarios podrán utilizar cualquier plataforma de pagos, como por ejemplo para cargar combustibles y adquirir productos de los minimercados.

Con un mismo código QR la expendedora podrá cobrarle a cualquier cliente, ya sea usuario de la empresa que provee el código, de otra entidad financiera, cuenta de



reconocimiento por voz, son algunos de los desarrollos tecnológicos que comenzaron a ganar terreno en las Estaciones de Servicio durante 2020 y que se profundizarán este año.

Todas las herramientas resultan válidas a la hora de sumar clientes a los surtidores. Sin duda, aportan beneficios que los consumidores saben valorar y hacen la diferencia frente a la competencia.

“El que no se adecúa pierde”, señala Jorge Díaz, titular de Foca Software, empresa que brinda soporte informático a más de 1.000 expendedoras en Argentina. “Todas las soluciones que apuntan a incrementar el ticket promedio en un contexto de bajas ventas, son muy bienvenidas”, aporta.

El empresario señala cómo se fue modificando el proceso de captación desde hace algunos años. “Primero fue la imagen de la estación, más tarde los programas de fidelización y hoy predomina el conocimiento de los gustos y preferencias de los usuarios para poder ofrecerles lo que realmente desean”, explica.

Para ello, las empresas se apoyan en la inteligencia artificial y el Big Data. “A través de las aplicaciones es posible tomar dimensión de las características de compra del cliente y enfocarse en ese punto para dirigir un mensaje claro y acorde a sus particularidades”, puntualiza Díaz.

En Argentina, “Un camino de ida”, es el slogan que promociona la aplicación de YPF, que se posiciona como la opción más fácil de usar y con más beneficios a la hora de cargar combustible.

Entre las múltiples utilidades que ofrece, se destaca la de pagar las compras con más agilidad desde el celular con QR, enterarse de las últimas novedades, canjear premios, conocer las estaciones YPF y acceder a premios por menos puntos y descuentos especiales en combustible.

Sus clientes podrán reservar su turno directamente desde el móvil, conocer en detalle los servicios que se brindan en esos centros especializados en el mantenimiento del vehículo, enterarse de las promociones vigentes, acceder a la guía del lubricante recomendado para cada auto y a un mapa con todos los YPF Boxes de la Argentina. ☎

Con Trasterencias 3.0, el expendedor de combustibles recibirá el dinero al instante y a un costo de 0,8% por operación, por lo que podrán bajar sus costos y así trasladarlos en mejores precios al consumidor.

EL PODER DEL BIG DATA

Esta posibilidad de pagar la gasolina recurriendo a un asistente virtual es algo que ya implantó Amazon en Alexa de tal forma que, al menos en Estados Unidos, era posible pagar acercándose al surtidor y pedir que “pagara por la gasolina” (pay for gas) de forma automática en una de las más de 11.000 estaciones de servicio adscritas a la iniciativa.

Billeteras electrónicas, pantallas interactivas, aplicaciones y dispositivos de



Los colombianos han visto en las herramientas digitales una posibilidad de realizar sus compras de manera más segura durante la coyuntura



pago de fintech o proveedora de servicios de pago no bancarios.

“Ya tenemos toda la infraestructura a disposición para los estacioneros que decidan comenzar a integrar este nuevo sistema de operaciones comerciales. De esta forma se beneficia el comercio porque le mejora el tiempo de acreditación, hay menos porcentaje de comisión y da seguridad a quien debe cobrar y pagar, ya que no queda expuesto por el uso de dinero de papel”, señaló Jorge Díaz, titular de la empresa Foca Software.

Esta nueva herramienta supera a las modalidades de pago con tarjetas, porque tienen mejores opciones para el comercio y es más rápido el formato de gestión de cada compra.

Otra de las ventajas que traerá el nuevo sistema es su inmediatez en la acreditación del pago: actualmente, el cobro por un pago con tarjeta de débito demora 48 horas y con tarjeta de crédito hasta 10 días, con distintas comisiones.



Presidente
Juan Ricardo Fernández Russi

Vicepresidente
Mario E. Cifuentes N.

Director Ejecutivo
Alejandro Ribero Rueda

Directora Ambiental
Mayerlin Olivera Camero



CONFEDERACIÓN DE DISTRIBUIDORES MINORISTAS DE COMBUSTIBLES Y ENERGÉTICOS

ASOCIADOS ESTACIONES DE SERVICIO DE COLOMBIA

Presidente
Juan Pablo Fernández

Teléfono
300-3202408

Website
www.comcecolombia.com

Email:
presidenteejecutivo@comcecolombia.com

Presidente Junta Directiva
Simón Trujillo Arango

Presidente Ejecutivo
Juan Fernando Prieto Vanegas

Dirección - Teléfono
Calle 34 N° 65 - 139, Medellín
(604) 3202350

Website
www.edsasociados.com

Email
comunicaciones@edsasociados.com



FONDO DE PROTECCIÓN SOLIDARIA

ASOCIACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO DEL ORIENTE COLOMBIANO

Presidente
Hector Horacio Taticuan

Dirección - Teléfono
Cra. 18 N° 78-40 Oficina 402, Bogotá D.C.
(601) 6218275

Website
www.fondosoldicom.org

Email
informacion@fondosoldicom.org

Presidente
Héctor Yesid Martínez Ávila

Director Ejecutivo
Ingrid Alexandra Cárdenas Martínez

Dirección - Teléfono
Carrera 1F N° 40-145 Oficina 320
Edificio Enterprise Tower, Tunja
(608) 742 0529 / 317-5009083

Website
www.esocolcolombia.com

Email
asociaciondelorientecolombiano@gmail.com



Coordinadora Oficina Meta, Guaviare y Arauca
Yineth Alexandra González

Secretaria y Auxiliar Administrativa
Nidia Jeaneth Peña Herrera

Auxiliar Oficina
Ligia Cifuentes González

Dirección - Teléfono
Carrera 16A N° 78-75
Oficina 601, Bogotá D.C.
(601) 7649500 / 3588747

Website
www.fecec.co

Email
directorejecutivo@fecec.co
secretaria@fecec.co



FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE BIOCOMBUSTIBLES Y ENERGÉTICOS DE COLOMBIA

Presidente
Temilson Martínez Ruiz

Director Ejecutivo
Farid Jhoany Jones Zarate

Dirección - Teléfono
Calle 109 N° 22A-85, Barrio Provenza, Bucaramanga
(607) 6363315 / 315 2766561

Email
contactofebecol@gmail.com



ASOCIACIÓN DE DISTRIBUIDORES DE GASOLINA Y OTROS DERIVADOS DEL PETRÓLEO

Presidente
Óscar Mauricio Rojas Rojas

Director Ejecutivo
Sandra Cecilia Awakon Ramos

Dirección - Teléfono
Calle 4ª N° 35-62, Barrio San Fernando, Cali
(602) 5584890 / 318-7080180

Website
www.sodicom.com.co

Email
direccionejecutiva@sodicom.com.co



FEDERACIÓN COLOMBIANA DE DISTRIBUIDORES MINORISTAS DE COMBUSTIBLES Y ENERGÉTICOS

Presidente
Álvaro Ramón Younes Arboleda

Dirección - Teléfono
Calle 55A N° 19-63, Bogotá D.C.
(601) 3466791

Website
www.fedispetrol.com

Email
fedispetrol@hotmail.com



ASOCIACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO DE NORTE DE SANTANDER

Presidente
Próspero Ribera León

Director Ejecutivo
María Eugenia Martínez Rodríguez

Dirección - Teléfono
C. Comercial Bolívar Local H5 - 2
Av. Demetrio Mendoza, Cúcuta
(607) 5762788 / 315-2522875

Email
asoestacionesdeservicions@gmail.com

LOS GREMIOS DE LOS EMPRESARIOS DE LOS COMBUSTIBLES EN COLOMBIA

Estos son los gremios que representan los intereses de los distribuidores minoristas de combustibles en las diferentes regiones del país y defienden el patrimonio e independencia de miles de familias dedicadas a esta actividad, fundamental para el desarrollo y prosperidad de la Nación.

EDS¿UN MODELO DE NEGOCIO COMMODITIE?

Por: **Renzo Lercari Carbone**
Gerente General Consorcio Peruano de Estaciones

Soy hijo de familia migrante, emprendedora; mi padre empezó su nueva vida en el Perú en agosto de 1948 huyendo de un país devastado por la II Guerra Mundial.

Nací en 1963, mi padre tuvo estaciones de servicio y mi madre me llevaba en su vientre cuando ayudaba a mi querido viejo a revisar las ventas del día; de manera inevitable, todos los días de la semana a las 22:00 horas en una pequeña estación de no más de 300 metros cuadrados, dos dispensadores y dos trabajadores; mi viejo y su colaborador Fermín (en foto).

Mi familia vivió en Perú diferentes modelos económicos; específicamente en nuestro rubro, tuvimos desde aquellos años la presencia de petroleras extranjeras (principalmente americanas), las inevitables estatizaciones de fines de los 60 practicadas generalmente por gobiernos militares que buscaban recuperar la “soberanía energética”, mediante la nacionalización de un recurso “estratégico” como el crudo y sus derivados, que dieron origen a la existencia de empresas estatales “todopoderosas” de los 70 a los 90.

Luego, la ola de privatizaciones del aparato estatal con el reingreso de petroleras, ahora norteamericanas y europeas. En el nuevo siglo, la salida de muchas de ellas y la formación de empresas nacionales que luego se convirtieron en multilatinas, con operaciones en varios países del continente suramericano.

Todo fue cambiando, todo fue “prueba y error”; todo, absolutamente todo, cambió. En ese sentido hoy, a diferencia del ayer, le damos mucha más importancia al servicio al cliente.

Por otra parte, cuando miramos nuestro modelo de negocio con una perspectiva upstream, vemos que los refinados se cotizan como un commodity. Si seguimos mirando aún más “aguas arriba” y nos vamos a echarle una mirada al comportamiento del petróleo crudo, en sus varias

tipologías como el WTI y el BRENT, entre otras 10 más aproximadamente, son también productos definidos como commodities.

Entonces, me vuelvo a preguntar: ¿Acaso esta realidad de mercado nos debe llevar a pensar que nuestro modelo de negocio es “commoditizable”? Pues mi respuesta es NO.

Por ello, la gran diferenciación en las Estaciones de Servicio NO es necesariamente la gasolina; ésta puede ser un elemento, la parte de un todo, pero no el elemento decisor ni diferenciador. La diferencia está en el combo de servicios que la EDS ofrece, como PUNTO DE VENTA, y el trato al cliente. El combustible puede ser tratado como un commodity, pero el servicio no.

Por ello, no es posible que los combustibles cuesten lo mismo en todas las Estaciones de Servicio. La diferencia que se pueda apreciar está en función del combo de productos/servicios que la EDS pueda ofrecer, así como la calidad del servicio en su más amplia expresión.

Finalmente, es preocupante la tendencia de algunas empresas por buscar desarrollar en América Latina los conceptos del “autoservicio” o el “Self Service”. Éstos solamente ayudan (erróneamente) a pretender “comoditizar” el modelo de negocio, reducir puestos de trabajo y desnaturalizar nuestra actividad empresarial, incrementado los riesgos de accidentes por mal uso de equipos en las Estaciones de Servicio.

En el Perú se cuenta con algo menos de 5.000 puntos de venta de combustibles; entre expendio de gasolinas, gas metano, gas licuado de petróleo, Estaciones de Servicio, grifos flotantes (amazonía), etc. No imaginamos la cantidad de empleos directos que estas inversiones generan y su impacto favorable para el crecimiento de las familias cuyos titulares laboran en ellas.

No sigamos reduciendo la oferta de puestos de trabajo con una excusa mercantilista disfrazada de descuento, bajo la premisa falsa de un beneficio al usuario final. ☞



No sigamos reduciendo la oferta de puestos de trabajo con una excusa mercantilista disfrazada de descuento, bajo la premisa falsa de un beneficio al usuario final.



ESTACIONES DE SERVICIO LA REVISTA DE LOS EMPRESARIOS DE COMBUSTIBLES Y ENERGÉTICOS DE COLOMBIA

PREMIUM

ESPERE EN **MARZO DE 2022** NUESTRA

EDICIÓN
Nº 4



RESERVE SU ESPACIO

PARA PAUTA **PUBLICITARIA**

Publicidad y Ventas

Ivonne Angarita T

ivonneangarita@gmail.com



FECEC

Federación de Estaciones de Combustibles
y Energéticos de Colombia

DESDE 1999



Cra. 16A N° 78-75 Oficina 601
Bogotá D.C. COLOMBIA



(601) 316 3904051



www.fecec.co



SER VALIENTE NO TE HACE INVENCIBLE, PROTEGE A TU EQUIPO DE TRABAJO.

No todos tus trabajadores necesitan lo mismo de su ARL, por eso hemos diseñado un **Modelo de Gestión en Riesgos Laborales** que nos permite atender las verdaderas necesidades de protección de tus trabajadores y de esta manera, prevenir enfermedades y accidentes laborales.

Afíliate a tu equipo a nuestra ARL y vive con esperanza.



Para más información ingresa a colmenaseguros.com/oferta o escanea este código QR.

Síguenos en:



Más información Línea Efectiva:
Bogotá / 601 401 0447
Otras ciudades / 01 8000-9-19667
www.colmenaseguros.com



Colmena
Seguros

