



CARBUROL cumple veinticinco años. Un largo tiempo, pese a que estemos hablando de un sector prácticamente recién nacido. ¿Recién nacido, se preguntarán ustedes con cierta incredulidad, cuando hablamos de una actividad que lleva más de un siglo de existencia? Pues sí, recién nacido, pues prácticamente esos veinticinco años han sido aquéllos en los que se ha desplegado ante nuestros ojos lo que hoy conocemos como el negocio del *retail* en España. En ese tiempo transcurrido, el sector ha sufrido una transformación tan profunda y radical que, si de repente nos volviésemos a situar en la fecha de nacimiento de la revista, cabría parafrasear a un conocido político de la Transición y concluir que a este sector “no lo conoce ni la madre que lo parió”: téngase en cuenta que se trataba de pasar de un Monopolio a un sector liberalizado, que puede que hoy parezca lo más sencillo, natural y lógico, pero que, como los más veteranos del lugar seguro que recuerdan, no fue algo tan aséptico entonces. Y quizás no todas las heridas que se abrieron cicatrizaran bien.

Pero no estamos aquí para contar batallas, sino para celebrar un sector que, con todos los problemas y vicisitudes, necesita seguir mirando hacia adelante, porque si los retos que ha superado en estos veinticinco años, a menudo a cuerpo gentil, han sido dignos de las tareas de Hércules, los que tiene por delante no son molinos de viento sino que, estamos en tiempos de celebración cervantina, son verdaderos gigantes.

CARBUROL publica un número especial bajo el lema “impulsando la competitividad y el crecimiento”, porque ésa ha sido nuestra razón de ser a lo largo de este período. Y porque será así, con competitividad y crecimiento, en perfecta simbiosis, como este sector podrá ir venciendo a esos gigantes que acechan: unos, los normales en todo negocio, y otros más específicos y que a menudo se escapan a su control.

¿Y qué mejor que compartir estas bodas de plata con todos los implicados en este cada día más amplio sector de los carburantes –“nuevos” y “viejos”– y las estaciones de servicio? ¿Qué mejor que celebrarlo dando la palabra a todos aquéllos que nos han acompañado fielmente, en la salud y en la enfermedad, en los tiempos de bonanza y en estos tiempos un poco más atribulados? En este número, nuestro lector y nuestros clientes encontrarán la opinión autorizada de los verdaderos protagonistas de la historia de este sector: asociaciones sectoriales, compañías petroleras, gasolineros, suministradores de servicios, etc.

Por nuestra parte, simplemente darles las gracias por habernos dejado acompañarles estos veinticinco años en ese periplo, en esa arriesgada pero satisfactoria aventura, y pedirles, como único favor, que nos dejen seguir haciéndolo al menos otros veinticinco años más.

sumario

- 02** el sector
- 03** actualidad
- 05** operadores
- 06** Especial 25 años
- 17** red eess
- 18** comercialización
- 19** área de lavado
- 21** biocarburantes
- 22** equipo

GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS
EN NUESTRO CAMINO

Fullgas
25
aniversario
902 100 345



Gasolineras atendidas, una comparativa autonómica

A EESCAM llevaba tiempo demandando una modificación en la ley vigente que contemplaba la posibilidad de que las estaciones de servicio pudiesen operar sin estar debidamente atendidas, situación que, para la asociación, vulneraba los derechos de los consumidores. Finalmente, la Asamblea de la Comunidad de Madrid, reunida en sesión plenaria, aprobó un cambio en la normativa a través de una Proposición no de ley.

En el caso de esta comunidad autónoma, solo faltaría incorporar a este texto las modificaciones tanto de industria como de consumo. La situación en el resto de las autonomías ofrece un panorama diverso.

Ya en 1994, Canarias comenzó incluir, en la normativa que protege los derechos de los consumidores, artículos específicos al respecto. En concreto, el decreto que regula esta situación señala que se atenderá al usuario siempre que las peticiones de suministro se presenten dentro del horario anunciado, y el suministro a efectuarse fuera de, como mínimo, cinco litros.

Otra de las comunidades autónomas que de forma más temprana abordaron este asunto fue Navarra que, en un Decreto Foral del año

Comunidades autónomas en las que se obliga a disponer de un empleado		
Comunidad autónoma	Ley	Artículo
Andalucía	Decreto 537/2004	Artículo 7
Aragón	Ley 14/2014	D
Baleares	Decreto 31/2015	D
Canarias	Decreto 173/1994	D
Castilla-La Mancha	Decreto 33/2005	D
Madrid	BOAM 17-3-2016 (decreto 147/1998)	Año de disposición adicional y añade letra r) al artículo 18
Murcia	Ley 7/2015	Artículo único
Navarra	Decreto foral 182/1997	Artículo 7
Valencia	Diario oficial Comunidad Valenciana	Artículo 81

Comunidades autónomas en las que está camino de aprobarse la obligación de disponer de un empleado	
Comunidad autónoma	Situación
Cantabria	Camino de aprobarse
Castilla-León	Presentada propuesta de ley
Extremadura	Acuerdo, pero eximiendo cooperativas

1997, estableció que todas las instalaciones debían estar atendidas mien-

tras estuvieran abiertas y en servicio. En el caso de Andalucía, en un decreto

de 2004, se incluyó de forma específica que en horario diurno al menos una persona debía atender la solicitud de suministro de combustible. Un texto que recalca la importancia de esta necesidad, sobre todo, atendiendo a los derechos de los consumidores y a la seguridad de estos, con especial interés en aquellos clientes que por circunstancias personales se vean impedidos a realizar un repostaje.

Otra de las comunidades que contempla la defensa de los derechos de los consumidores como base para desarrollar una legislación que no permita las gasolineras desatendidas es Castilla-La Mancha, que aprobó un decreto que así lo recoge en 2005. Casi una década después, en 2014, fue Aragón la que también incorporó la especificación de que las estaciones de servicio no pudiesen operar si no están atendidas, algo que se dispone en su normativa sobre los derechos y la protección de consumidores y usuarios.

Finalmente, en el año 2015 le llegó el turno a Baleares, Murcia y Valencia, que en este último caso califica su incumplimiento como una infracción grave. Por otra parte, hay comunidades autónomas que están en trámite de aprobar legislación al respecto como son el País Vasco y Cantabria. También hay un acuerdo en Extremadura, que eximirá a las cooperativas, y en las Cortes de Castilla y León se ha entregado una Proposición de ley sobre gasolineras atendidas, texto que está pendiente de ser debatido en el pleno.

La OCU lanza su segunda compra colectiva de carburantes

La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) ha puesto en marcha la segunda compra colectiva de carburantes, después de que el año pasado 254.831 consumidores se beneficiaran de un ahorro medio anual de 106,04 euros en el caso del diésel y de 103,29 euros en la gasolina de 95.

La organización ha explicado que la escasa competencia en el sector hace

difícil que el consumidor, de forma individual pueda obtener una reducción del precio que paga por la gasolina. Además, la compra colectiva se produce en un momento en el que los precios han comenzado a subir desde el mínimo que alcanzaron en la última semana del mes de enero, ha señalado la OCU, que considera que el periodo de precios bajos de los carburantes "ha llegado a su fin".

FEDMES respalda las reclamaciones de la presencia de personal en estaciones

Empresarios de estaciones de servicio de Castellón, Valencia y Alicante han participado recientemente en el congreso celebrado en Madrid con motivo del cuadragésimo aniversario de la creación de la Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio (CEEES), en el que fueron expuestas algunas alternativas de futuro para el sector y en el que también se analizó en profundidad la situación de desventaja en la que se encuentran las estaciones de servicio atendidas por personal respecto a las desatendidas o low cost.

"Ha quedado patente, y en eso coincidimos todos, que no puede ha-

ber una regulación diferente en cada comunidad autónoma. Pero lo realmente grave es que ni siquiera se respetan", explica al respecto Juan José Sánchez, presidente de la Federación Mediterránea de Estaciones de Servicio (FEDMES). "Nosotros respaldamos las reclamaciones de las estaciones de servicio atendidas y seguimos defendiendo, como hemos hecho durante los últimos años, los derechos de los usuarios, especialmente, los de las personas con movilidad reducida, así como los miles de puestos de trabajo que están en juego", ha agregado Sánchez.

en positivo

«El índice de ocupación en el sector estaciones de servicio creció un 0,6 por 100 en marzo con respecto al mismo mes de 2015»

Fuente: INE-- ICM Mensual

Las "socimis" irrumpen en el negocio de las gasolineras

Puede convertirse en la vigésima "socimi" (sociedades anónimas cotizadas de inversión inmobiliaria) cotizada, pero será la primera que sacará a bolsa unos activos muy particu-

res: gasolineras. Según ha podido saber *El Confidencial*, la sociedad en cuestión se llama Kingbook y fue constituida como "socimi" en octubre de 2015 —anteriormente era una sociedad anónima—, aunque aún no ha sido inscrita en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) ya que la ley le concede dos años para cotizar y poder beneficiarse de las ventajas fiscales de este tipo de cotizadas.

En la actualidad, cotizan en el MAB quince "socimis" de diferentes perfiles: patrimonialistas, con activos residenciales, oficinas, hoteles, hospitales, garajes y hasta residencias de la tercera edad, pero ninguna con gasolineras bajo gestión. A estas hay que sumar las tres que cotizan en el Mercado Continuo (Axia Real Estate, Lar España e Hispania) y la única que cotiza en el Ibex 35, Merlin Properties. Kingbook se encuentra participada al 100 por 100 por Allocate Inversiones, propietaria a su vez del 100 por 100 de Petrocorner, la "joint venture" creada a finales de 2014 entre la firma de capital riesgo estadounidense Avenue Capital y la británica JZ Capital, y presidida por un experto de este sector, Juan Manuel Ayuso Torres. Su objetivo, invertir 300 millones de euros para hacerse con un centenar de estaciones de servicio en España, lo que, en la práctica, supondría tomar el control del 3 por 100 de los activos del sector.



AlterEcO
Alternativas Ecológicas · Ingeniería Energética

E-volucionamos...

ClearView
powered by WAYNE FUELING SYSTEMS



MEPSAN

WOLFTANK

www.alterecoinjeria.es

La CEEES se posiciona radicalmente contra las *low cost*

“Quiero que hoy todos salgamos de aquí siendo muy conscientes del orgullo que supone pertenecer a una confederación que viene representando los intereses de los empresarios de estaciones de servicio desde hace cuarenta años. Y del tremendo valor que tiene ser la única asociación que lleva a cabo esta labor con absoluta independencia”. Así

de contundente se expresó Javier Bru, presidente de la Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio (CEEES), durante la clausura del congreso conmemorativo del cuarentésimo aniversario de la organización, celebrado en Madrid.

Ante los más de doscientos empresarios presentes en el acto, Bru reivindicó el papel de defensa del sector del carburante que la CEEES viene desempeñando desde hace más de cuatro décadas y reclamó “respeto” para un



colectivo “que se deja la piel día a día” para “sacar adelante sus negocios” y

“mantener los miles de puestos de trabajo que genera”.

Durante el acto, los intervinientes prestaron especial atención a la proliferación de gasolineras desatendidas. Este foro sirvió para constatar la oposición frontal que empresarios de estaciones de servicio, sindicatos, consumidores y personas con discapacidad tienen hacia las instalaciones de suministro de carburante sin empleados.

En este sentido, Antonio Felices, presidente de la Federación Andaluza de Estaciones de Servicio (Fedaes), puso de manifiesto la “ilegalidad” de este tipo de gasolineras, mientras que Ángel Marín y Manuel Lozano, de Comisiones Obreras y UGT, respectivamente, destacaron que las desatendidas “han destruido 14.000 empleos en el sector de las estaciones de servicio”.

El margen bruto promedio del gasóleo A respecto a la UE volvió a aumentar en marzo

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha publicado el “Informe mensual de supervisión de la distribución de carburantes en estaciones de servicio” correspondiente al mes de marzo de 2016. Este seguimiento mensual de los precios de distribución de los carburantes se realiza para controlar su presión competitiva.

El precio antes de impuestos (de la gasolina 95 ascendió 2,77 céntimos de euro por litro (un 6,3 por 100 más). El promedio mensual de la cotización internacional de referencia en euro/litro (Ci) de la gasolina aumentó en 4,84 céntimos (un 19,4 por 100 más). En los tres primeros meses del año se ha reducido un 5,2 por 100.

Por su parte, el precio del gasóleo A ascendió 3,65 céntimos (un 9,0 por 100 más), mientras que el promedio mensual de la cotización de referencia del gasóleo A aumentó en 3,77 céntimos (un 16,0 por 100 más). Hasta marzo se ha reducido un 3,7 por 100.

Como consecuencias de estos incrementos, España ha vuelto a empeorar su posición en la comparación con los países europeos. Así, asciende dos posiciones en el ranking de precios antes de impuestos más altos de la UE en el caso de la gasolina 95 (pasó de la quinta a la tercera posición) y sube cuatro posiciones para el gasóleo A (pasa de la novena a la quinta posición).

Por su parte, el diferencial de margen bruto España-UE6 fue superior al registrado el mes anterior para ambos carburantes (un 27,6 por 100 más para la gasolina 95 y un 11,6 por 100 más para el gasóleo A), situándose en 7,7 y 5,8 céntimos de euro/litro, respectivamente.

El margen bruto promedio mensual (precio antes de impuestos menos la cotización internacional de referencia) de la gasolina 95 se redujo con respecto al del mes anterior hasta situarse en 16,6 céntimos (un 11,1 por 100 menos) mientras que el del gasóleo A también se redujo hasta alcanzar los 16,9 céntimos (un 0,7 por 100 menos).

En el análisis provincial hay pocos cambios: Guipúzcoa volvió a ser la provincia peninsular con precios antes de impuestos más altos para ambos carburantes, seguida por Pontevedra y Ourense en gasolina 95 y por Vizcaya y Ourense en gasóleo A. Lleida continuó siendo la provincia con precios antes de impuestos más bajos para ambos carburantes seguida por Barcelona y Valencia.

En el análisis por operadores, en marzo de 2016, los precios promedio mensuales de la gasolina 95 en las estaciones de servicio vinculadas a Repsol, Cepsa y BP fueron muy similares. En gasóleo A, las estaciones de Repsol y Cepsa registraron los precios más altos, seguidas de las de BP. Como es habitual, las autopistas registran precios más caros que las carreteras y los hipermercados ofrecen los precios más baratos, con una diferencia de 2,4 céntimos respecto al conjunto de instalaciones independientes para gasolina 95 y de 2,7 céntimos para el gasóleo A.

El nº 1 en rentabilidad

WashTec

Seguimos Creciendo.

Nº 1 FIABILIDAD

Nº 1 DURABILIDAD

Dpto. Comercial: 900 802 089 - Dpto. Servicio Técnico: 900 802 104 - E-mail: info@washtec.es

www.ewashtec.es - www.washtec.es

El Gobierno se empeñará en que la caída de los precios se traslade inmediatamente a los surtidores

El ministro de Economía y Competitividad en funciones, Luis de Guindos, ha señalado recientemente que el Gobierno en funciones se esfuerza para trasladar de forma inmediata las bajadas del precio del petróleo al de los carburantes en las

estaciones de servicio. El ministro recordó que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) se ha referido al asunto de la traslación de las fluctuaciones del precio del crudo en el coste de la gasolina y el gasóleo, y el presidente de este or-

ganismo, José María Marín Quemada, ha sido bastante explícito al respecto. En todo caso, De Guindos ha apuntado que la labor del Gobierno es que la evolución del precio, especialmente si es a la baja, se refleje inmediatamente en el precio del combustible.

Nuevo acuerdo marco para el suministro centralizado de combustibles

El consejo de ministros ha autorizado un acuerdo marco para la contratación centralizada del suministro en estaciones de servicio de combustibles de automoción (gasolina, gasóleo A y gasóleo B).

La estimación del importe que se contratará dentro del acuerdo marco para toda su duración asciende a casi 411 millones de euros y su ámbito subjetivo incluye a los ministerios y a los organismos públicos estatales, así como a determinadas comunidades autónomas y ayuntamientos que se han adherido al mismo por sus ventajosas condiciones económicas.

El ahorro previsto con este nuevo acuerdo marco asciende a 54 millones de euros, es decir, un 13,15 por 100 del importe total de contratación estimado.

Se establece que el pago deba realizarse a través de tarjetas de banda magnética u otros dispositivos similares que garanticen un control adecuado en la ejecución del contrato.

El acuerdo marco autorizado sustituirá al anterior que finalizará en diciembre de este año, y que fue el primero que se abordó por la Dirección General de Racionalización y Centralización de la Contratación en el marco de la medida Comisión para la Reforma de las Administraciones Públicas (CORA), de impulso a la contratación centralizada de bienes y servicios en el sector público.

La experiencia de dicho primer Acuerdo ha sido muy positiva ya que, además de la homogeneidad en la prestación del servicio, se están cumpliendo, incluso, superando las previsiones de ahorro, que se cuantificaron en 27,4 millones de euros y pueden llegar a alcanzar los 30,5 millones de euros.

Por este motivo se ha optado por su renovación con unas características muy similares para un período de tres años, más posibles prórrogas. El contrato se licita en cinco lotes independientes correspondientes a diversas zonas geográficas.

BP y Cepsa recurren las aportaciones del Fondo de Eficiencia Energética en 2016

La sala tercera del Tribunal Supremo ha admitido a trámite sendos recursos de BP y Cepsa en contra del esquema de reparto de aportaciones económicas durante 2016 por parte de las distintas empresas del sector energético al Fondo de Eficiencia Energética, en la que se fija una contribución de la petrolera cercana a los 19 millones de euros.

Esta admisión a trámite, publicada recientemente en el BOE, es la primera que realiza el Supremo en relación con el reparto de obligaciones en 2016 desde que el que pasado 21 de marzo se publicase la orden ministerial con los importes correspondientes a cada empresa.

Los gasolineros asturianos denuncian que el "céntimo sanitario" ha hecho caer sus ventas en un 20 por 100

La Agrupación Asturiana de Vendedores al Por Menor de Carburantes y Combustibles (Asvecar) ha señalado que la aplicación del tramo autonómico del impuesto sobre ventas minoristas de determinados hidrocarburos (IVMDH) en el Principado ha provocado un fuerte descenso en las ventas de carburante de las estaciones de servicio asturianas. Asvecar calcula que este descenso ha sido del 20 por 100 en el primer trimestre del año.

El presidente de la asociación, Fernando Villa, ha señalado que las estaciones de servicio cercanas a las fronteras asturianas se están viendo beneficiadas por la menor presión fiscal que tienen en sus respectivas comunidades autónomas, ya que muchos conductores, sobre todo transportistas, acuden a estos puntos de venta para repostar a varios céntimos de euro por litro menos que en los del Principado.

La patronal asturiana calcula que un trabajador autónomo con una furgoneta de reparto gasta en Asturias unos 500 euros al año más en combustible que en otra región. Un camión pequeño, sin derecho de devolución, gastaría unos 1.500 euros más.

Asvecar viene insistiendo desde el pasado año en la necesidad de eliminar el tramo autonómico del IVMDH para tratar de impulsar las ventas en la comunidad, ya que de mantenerse la situación podría llevar al cierre a numerosas estaciones.

La red asturiana de estaciones de servicio cuenta con algo más de doscientos puntos de venta que dan empleo a alrededor de 1.700 personas.

Asvecar destaca que el consumo de carburantes se ha visto reducido en los últimos cinco años en 44.000 toneladas.

Portugal aplicará descuentos a los transportistas en tres pasos fronterizos

El ministro Adjunto de Portugal, Eduardo Cabrita, ha anunciado recientemente que los transportistas de su país contarán con un descuento al repostar carburante en determinadas estaciones de servicio situadas en las cercanías de tres pasos fronterizos con España.

El Gobierno portugués se ha visto forzado a tomar esta medida ante el importante trasvase de clientes que se viene produciendo en estas estaciones en favor de las ubicadas al otro lado de la frontera ante las importantes diferencias de precio existentes debidas, fundamentalmente, a la diferente fiscalidad que soportan los carburantes.

Cabrita se reunió con las asociaciones de transportistas ANTRAM y ANTP, acordando que se aplique un descuento en el precio del gasóleo a vehículos que superen las 35 toneladas de masa máxima autorizada (MMA) que llevan a cabo operaciones internacionales.

Así, a partir del próximo 1 de julio estos descuentos se aplicarán en los pasos fronterizos de Elvas (localidad del Alentejo fronteriza con Badajoz), Vilar Formoso, cercano a Fuentes de Oñoro (Salamanca), y de una localidad, aún por determinar, cercana a Galicia.

TAMOIL CARBURANTES • LUBRICANTES • ESTACIONES DE SERVICIO

> >> El Futuro, nuestro reto diario >

- Abanderamiento, construcción y arrendamiento de EE.SS.
- Todo tipo de combustibles y carburantes
- Lubricantes de última generación
- Tiendas que harán crecer su negocio
- Centros de lavado totalmente equipados
- Tarjetas profesionales y de fidelización

TAMOIL ESPAÑA S.A. Av. Fabregada 55-63, 08907 L'Hospitalet de Ll. (Barcelona), T. 934 479 900 www.tamoil.es

Repsol obtiene un beneficio neto ajustado de 572 millones de euros

Repsol alcanzó en el primer trimestre de 2016 un beneficio neto ajustado de 572 millones de euros, frente a los 928 millones obtenidos en el mismo periodo del año anterior, en el que se incluían resultados financieros excepcionales, de 500 millones de euros, debidos básicamente a la posición en dólares que tenía la compañía tras cobrar la expropiación de YPF, y cuyo importe se destinó el mes de mayo del pasado año a la adquisición de Talisman.

El *ebitda* CCS, calculado en base a la valoración de los inventarios a coste de reposición, aumentó un 6 por 100 respecto al primer trimestre de 2015, hasta situarse en 1.242 millones de euros.

Las medidas de eficiencia y ahorro que ha implementado Repsol en los últimos meses han favorecido que, a pesar del contexto de bajos precios del crudo, los negocios de la compañía hayan tenido un resultado positivo. Tanto el área de *upstream*, como el de *downstream* (refino, química, marketing, *trading*, GLP y gas & power), han mejorado sus resultados respecto a los primeros tres meses de 2015, lo que demuestra la fortaleza y resiliencia de la compañía.

Durante el trimestre, los precios medios del Brent cayeron hasta cotizar en mínimos de los últimos 12 años (26,21 dólares por barril el 11 de febrero). Entre enero y marzo, el precio medio del Brent se situó en 33,9 dólares por barril, un 37 por 100 menos que el mismo periodo del año anterior.

Pese a este contexto, el negocio de exploración y producción mejoró su beneficio neto ajustado en 207 millones de euros respecto a los tres primeros meses de 2015. Además, la producción aumentó hasta los 714.200 barriles equivalentes de petróleo al día

(bep/día), el doble de la obtenida en el mismo periodo del ejercicio anterior.

Por su parte, el negocio de *downstream* incrementó su resultado neto ajustado un 4 por 100, apoyado en la solidez del área de refino y el buen comportamiento del área de química, donde los planes de eficiencia desarrollados permitieron aprovechar la notable mejora del entorno de este sector.

La deuda neta al cierre del trimestre se mantuvo estable, en 11.978 millones de euros, mientras que la liquidez cubre más de dos veces los vencimientos de deuda bruta a corto plazo.

Emiliano López Atxurra, presidente ejecutivo de Petronor

El consejo de administración de Petronor ha nombrado a Emiliano López Atxurra presidente ejecutivo de la compañía. Hasta la fecha ocupaba el puesto de presidente del consejo de administración.

A Emiliano López Atxurra, junto con el actual consejero delegado, Andreu Puñet, se le ha encomendado el desarrollo del Plan Estratégico Petronor 2020 que fue aprobado el pasado mes de febrero. Se trata de



hacer frente a los retos que plantea la transición energética en marcha y alcanzar la nueva visión de compañía para el horizonte 2020.

Surtidores de combustible, calidad CETIL



E30A

Configurable
Versátil

Los márgenes de refino y el precio del petróleo afectan negativamente a los resultados del primer trimestre de Cepsa

La disminución de los márgenes de refino, excepcionalmente altos en 2015, y el mantenimiento de los bajos precios del petróleo han afectado a los resultados de Cepsa en los tres primeros meses del año, especialmente a los negocios de refino y de exploración y producción.

Cepsa ha obtenido un resultado neto de 106 millones de euros en este primer trimestre, según la valoración de los inventarios a precios de reposición (CCS). Esta cifra es un 35 por 100 menor que en el mismo periodo del año anterior.

El resultado neto, aplicando las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) ha sido también de 106 millones de euros, un 52 por 100 menor que en 2015.

Ante la prolongación del entorno de precios que vive el sector, Cepsa ha lanzado durante el primer trimestre un nuevo programa de ahorro y eficiencia, estableciendo como una prioridad la reducción del plan de inversiones previsto para 2016 en un 15 por 100 y los costes fijos en un 7 por 100, poniendo en marcha más de ciento cincuenta acciones destinadas a incrementar la eficiencia y asegurar la generación de caja positiva en el año.

Durante el primer trimestre las inversiones ascendieron a 114 millones de euros, destinadas, en su mayor parte, al mantenimiento de la seguridad en nuestras instalaciones, así como a la optimización de procesos.

E30H

Funcional
Robusto



Cetil Dispensing Technology, S.L.
C/ Pelaya, 29 (P.I. Río de Janeiro)
28110 Algete (Madrid) España
Tel: (+34) 916 287 651
Fax: (+34) 916 287 653
cetil@cetil.com | www.cetil.com



La calidad es el eje central de la estrategia de las grandes marcas

Alvaro Mazarrasa

**Director general
AOP**

Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos

La crisis económica reciente, que ha reducido el consumo de carburantes en España a niveles de los años 90, no ha impedido que contemos hoy con 1.500 estaciones de servicio más que en 2008. Los operadores de AOP han reducido en estos años su cuota de mercado por número de puntos de venta hasta el 58 por 100, mientras que los nuevos formatos (hiper, cooperativas y estaciones independientes) han crecido hasta alcanzar una cuota del 30 por 100. Este cambio en la estructura del mercado ha sido consecuencia de la competencia y dinamismo del sector.

Atentos a las preferencias de los consumidores, los operadores vienen apostando desde el primer momento por una diferenciación basada en la capilaridad de la red y en una oferta valiosa, cuyos pilares son la calidad de los carburantes y el servicio.

La calidad es el eje central de la estrategia de las grandes marcas, que como consecuencia del trabajo de sus centros de investigación ofrecen carburantes cada vez más eficientes, más respetuosos con el medio ambiente y de mayores prestaciones, para satisfacer las necesidades de motores más complejos.

En cuanto al servicio, ofrecen tiendas de conveniencia surtidas en



alianza con marcas renombradas, y un amplio abanico de servicios adicionales que convierten las gasolineras en centros de servicio integral al automobilista. Esta oferta no tendría sentido sin un trabajo impecable en su calidad ambiental, en la seguridad y en la atención personal. Porque el surtido y la presencia son elementos de atracción, pero son los atributos de calidad los que generan satisfacción y recuerdo, los que invitan a volver.

La calidad de los carburantes y el servicio al cliente seguirán siendo las claves del éxito del futuro de las estaciones de servicio, atributos que asegurarán que el sector de la distribución de carburantes sea un modelo sostenible que ofrezca oportunidades para el conjunto de la sociedad, en forma de servicio recibido, empleo y actividad económica generada, más allá de las propias instalaciones.

Competencia y capacidad de adaptación: la cuestión de las estaciones *low cost* y las oportunidades de negocio en carburantes alternativos

Anna Bes

**Presidenta
Unión de Petroleros
Independientes UPI**

Con la entrada en el mercado de las estaciones *low cost*, la competencia ha aumentado y la estación tradicional tendrá que responder vía mejora de servicios y en la medida de lo posible, reducción de costes. Es indiscutible que la seguridad de las personas y de los bienes, los derechos de los consumidores y de los colectivos vulnerables tienen que estar garantizados, sea cual sea el nivel de exigencia objetivamente justificado. Esto es lo que se está haciendo a nivel técnico y de seguridad con el Proyecto de modificación de la ITC 04. Puestas estas garantías, la competencia debe ser libre. La diferenciación vendrá marcada por: factores visuales y de accesibilidad, tecnología amigable y minimización de incidencias.

Queda margen en España para mejorar la atención personal al cliente y para innovar y convertir la estación en un punto con múltiples posibilidades prácticas y lúdicas para el cliente con la consecuente creación de puestos de trabajo. Los servicios que podrían ofrecerse dependen de dónde esté ubicada la estación y de las necesidades de los usuarios.

Es preciso conocer y estudiar las oportunidades de negocio que brindan los carburantes alternativos (GLP, GNL, GNC, electricidad, hidrógeno, etc.). En este sentido, la Directiva de creación



de una infraestructura para carburantes alternativos, actualmente en fase de transposición, no debe suponer obligaciones de implantación de negocio, pero sí puede ir acompañada de incentivos fiscales, ayudas y campañas de promoción. Es necesaria la evolución hacia un modelo que acompañe la convivencia y transición del sistema tradicional de suministro de carburantes y el de energías alternativas.

El papel de las administraciones: la unidad de mercado; el equilibrio entre precio y calidad

Es responsabilidad del conjunto de las administraciones garantizar la unidad de mercado y evitar fragmentarlo con normativas técnicas y diferentes niveles de gravamen.

La normativa que limita a un año la duración de los contratos de distribución en exclusiva debe ser revisada para permitir mayores inversiones del operador en aquellas estaciones que opten por basar su negocio en la calidad y la oferta de una marca determinada.

Las estaciones de servicio automáticas: el futuro



Manuel Jiménez Perona
**Presidente
AESAE**

Henry Ford en el primer tercio del siglo pasado, ya dijo que “el verdadero progreso es el que pone la tecnología al alcance de todos”. Pues bien, las denominadas estaciones de servicio “automáticas”, permiten poner al servicio de los consumidores “la vanguardia tecnológica” a fin de mejorar su eficiencia y trasladar ésta, mediante un mejor precio en el carburante que suministran. Su implantación es ya una realidad y es imparable por sentido común. Al igual que lo fueron los cajeros automáticos, el lavado automático de coches, la banca por internet, o las tiendas de “vending”. Pero hay una poderosa razón mucho mayor, y es el precio del que disfruta el consumidor que le permite adoptar decisiones de ahorro gracias a una mayor competencia en precios.

La defensa de este sector, de la unidad de mercado, de la libertad de establecimiento y de la libre competencia, tanto en instancias nacionales como ante la Comisión Europea son algunos de los fines de la recientemente creada AESAE - Asociación Nacional de Estaciones de Servicio Automáticas. Su denominación obedece a que el término legal “desatendidas” no se corresponde con la realidad de este tipo de estaciones, dado que en la mayoría de ellas la atención existe, o bien es



Ignacio Albendea Solís
Secretario general

remota, mediante circuitos cerrados de televisión (CCTV) o interfono, o bien directa y personal como el resto de estaciones de servicio, pero nunca se encuentran desatendidas. Su modernidad hace que la seguridad se encuentre muy por encima de la gran mayoría de las estaciones de servicio, con sistemas automáticos de extinción de incendios de mucha mayor capacidad, ajustados a la nueva IT MI IP/04. Las garantías son mayores. Crean nuevos empleos de mayor valor añadido, pues estas empresas y los instaladores están innovando en un nuevo modelo de negocio y a la vez invirtiendo en I+D.

El sector de las estaciones de servicio automáticas es relativamente nuevo, representa solo el 3 por 100 en España, el 10 por 100 en Francia, el 30 por 100 en Reino Unido, el 50 por 100 en Dinamarca y más del 50 por 100 en Suiza. El margen de crecimiento es indudable, no ya sólo por su poca implantación, sino porque las circunstancias del mercado de los carburantes han cambiado, con los precios del petróleo a la baja, la progresiva eficiencia de los motores de los automóviles, y la aparición del coche eléctrico, que obligarán a una reestructuración del conjunto del sector de estaciones de servicio tradicionales, ya sean las atendidas o ya en régimen de autoservicio.

Seguir siendo estaciones de servicio y no meros postes de recarga

Alejandro Ripoll

**Presidente
AEVECAR**

Es un honor poder participar en el número que conmemora el 25 aniversario de la revista *CARBUROL*, que ha sido una excelente tribuna a lo largo de todos éstos años y esperemos que lo siga siendo en los próximos.

Cuando hablamos del futuro de las estaciones de servicio en nuestro país no podemos hacerlo desde una visión única, tenemos que plantear la cuestión desde varios puntos de vista.

Hay que pensar en primer lugar que en el futuro conviviremos con otros tipos de energía de automoción y que sería deseable que siguiéramos siendo su lugar de suministro. El nombre técnico de instalación de suministro a vehículos, que por ejemplo figura en la ITC 04, es sin duda el más acertado, sólo habría que añadir “de cualquier tipo de energía”.

También hay que tener en cuenta que, cada vez más, cuando un cliente entra en nuestras instalaciones espera encontrarse una serie de servicios a su disposición y a un precio razonable. Quiere ver una tienda atractiva y donde le resulte amable comprar cualquier producto o poderse tomar un café y que disponga de las conexiones



a red necesarias hoy en día.

Esto parece contradictorio con la proliferación de instalaciones sin personal, pero no lo es. Precisamente tenemos que seguir siendo estaciones de servicio y no meros postes de recarga. Dejar de un lado la sensación de que sólo el precio barato nos hará mantenernos en el mercado y tratar de dar a un precio competitivo el servicio que nuestros clientes merecen y otros no les pueden dar.

No es fácil encontrar las claves para el éxito, ni en nuestro sector ni en casi nada en la vida, pero sí se puede afirmar que con profesionalidad, innovación y una buena dosis de cariño en lo que hacemos, se pueden alcanzar las metas que cada uno se proponga, y eso exactamente es lo que venimos haciendo desde hace ya muchos años.

(Viene de página 7) >>>

gran oportunidad para que este canal de venta siga creciendo.

En este sentido, hay varias claves para “enganchar” al cliente que la visibilidad de los productos y que exista una oferta adecuada para este tipo de consumidor. Y por supuesto enfati-

zar algunas de las ventajas particulares de este formato, como la amplitud de horarios. Trabajar estos aspectos puede ayudar a seguir dinamizando las tiendas de estaciones de servicio como un canal clave en el mercado de impulso de alimentación.

Potenciar lo que nos diferencia

Javier Bru

Presidente

CEEES

**Confederación Española de
Empresarios de Estaciones
de Servicio**

Para intentar construir un futuro, debemos ser plenamente conscientes del presente. Cuando un sector económico está tan maduro, como es el caso del sector de los hidrocarburos y, dentro de él, las estaciones de servicio. Cuando existe una proliferación lamentable de las llamadas “estaciones fantasma”, donde nadie nos atiende y donde lo único que importa al usuario es el precio, no es fácil imaginar un futuro optimista.

Pensemos en lo que ha ocurrido. Muchos de nuestros clientes de siempre han cambiado su criterio de consumo y, dejando al lado la fidelidad, la lealtad a un establecimiento, han decidido que su único argumento de compra es el precio. No se valora el producto: les da igual si esa instalación compra y mezcla productos de diferentes proveedores y por lo tanto altera sus características iniciales. No se valora el servicio de un empleado que nos hace más cómoda la operación de repostaje y que, en un momento dado, puede sernos de gran ayuda. Por atención adicional, por seguridad, etc.

A la gasolinera, por impulso



Alberto Iglesias

**Head Group Manager
Nielsen España**

Las estaciones de servicio en lo que al gran consumo se refiere tienen una importancia creciente en ese amplio y dinámico mercado que llamamos de impulso, y que cerró 2015 con un crecimiento del 1,1% en volumen.

Si bien buena parte de ese incremento se debió al canal supermercado, hay que achacar a las tiendas de las estaciones una parte de responsabilidad en este buen comportamiento. Y esto es un buen síntoma de la recuperación del consumidor, no en vano nuestro Índice de Confianza del Consumidor registró el año pasado un crecimiento de nueve puntos respecto a 2014.

Esta confianza no es solo clave a la hora de comprar, sino de situar también al consumidor en el lugar propicio, y aquí es clave que los españoles cogemos más el coche, hacemos más kilómetros y nos está costando menos llenar el depósito. Esto supone un cambio de 180 grados respecto a la situación vivida con la crisis, donde precisamente el menor uso del coche implicaba una disminución de las visitas a las estaciones de servicio.

Ahora bien ¿basta con que nos visite más? Yo diría que no. En concreto, los distribuidores deben hacer frente a un nuevo consumidor al que es vital entender. Y es que a raíz de la crisis se enfatizó mucho su hipersensibilidad al precio y su búsqueda de la relación calidad-precio, pero hay también un componente de indulgencia que no debemos obviar. Es un consumidor que busca el ahorro y al mismo tiempo darse un capricho o una recompensa. Hay mucho de emocional cuando compra y esto representa una

➤➤➤ (Pasa a página 6)

¿Qué hacer entonces?

Desde mi punto de vista hay dos alternativas:

a) Seguir atendiendo a los “verdaderos clientes”, aquellos que valoran los puestos de trabajo, que valoran nuestros esfuerzos por dar algo más, y olvidarnos de los “mercenarios del carburante”. Para ello debemos potenciar lo que nos diferencia. Productos y sobre todo servicios.

b) Entrar al juego de “sólo vale el precio”. Hecho éste que ni siquiera es posible si queremos mantener servicio, seguridad y puestos de trabajo; pero que además nos convertiría de manera automática en aquello que no queremos ser y que debemos combatir. El

“empresario francotirador”, arribista, sin conciencia de empresa. ¿Quiénes son y donde están sus clientes? No los conoce. ¿Quiénes son y donde están sus trabajadores? No los tiene. Entonces, ¿qué es su empresa? ¿Un punto de venta ciego/sordo y mudo?

Es evidente que, salvo imponderables económicos, que puede haberlos, en mi opinión la apuesta debe ir por la primera opción. Debemos ser ágiles e incorporar los nuevos servicios y productos tan pronto como nos sea posible, debemos ser próximos al cliente y hacerle sentir que aportamos un valor añadido al producto que les hace venir a nosotros, el carburante, ofreciéndole lo que “los mercenarios” no pueden ofrecer. Atención amable, oferta de productos y de servicios.



En mi opinión es el único camino. El otro, más pronto o más tarde, conduce a la desaparición empresarial. Un chiringuito sin personal y sin que el empresario conozca a sus clientes no sé cómo se llama, pero si sé que no se puede llamar empresa.

DISEÑADOS PARA REDUCIR EL CONSUMO Sin pagar más

La próxima vez que repotes, ¿por qué no pruebas Shell FuelSave?

Nuestros científicos han desarrollado nuevos carburantes de gama básica especialmente diseñados para ayudar a mejorar su eficiencia y así reducir su consumo.

Y sin pagar más. Llena hoy. Sólo en Shell.

Más información en www.Shell.es

Comparación realizada con gasolina/gasóleo estándares, y estos mismos gasolina/gasóleo (con el mismo contenido en biocarburantes) aditivados con nuestra fórmula de ahorro. La reducción de consumo puede variar según el vehículo, las condiciones de conducción y el estilo de conducción. “Sin pagar más” hace referencia a que Shell FuelSave es la gama de carburantes de menor precio, dentro de cada Estación de Servicio Shell. Sólo en Estaciones de Servicio Shell de Península con distintivo Shell FuelSave. Vea www.shell.es para más detalles. Las marcas de Shell son utilizadas por Disa bajo licencia otorgada por Shell Brands International AG.

Poner al cliente en el centro de atención

Antonio Calçada

Director ejecutivo de Marketing
Repsol

Para entender cómo deberán de ser las estaciones de servicio del futuro, tendríamos que pensar cómo son y cómo serán los clientes del futuro. La velocidad a la que están cambiando las tendencias (cambios en la moda, la movilidad, los servicios, la distribución, la incursión de las nuevas tecnologías de la información, las exigencias del consumidor, la conectividad total, las plataformas omnicanal, el e-commerce, el *business intelligence*, la sensorización y la era digital,...) marcará sin duda el ritmo de cambio en los negocios tradicionales de *retail*, y el negocio de las estaciones de servicio no será una excepción.

En mi opinión, la clave estará en la capacidad de adaptación al cambio, en saber adecuar un negocio de redes actuales o tradicionales a las nuevas exigencias del nuevo consumidor.

Todo ello, sin perder de vista que el sector tradicional, tal y como lo conocemos, todavía tiene áreas críticas de mejora en "eficiencia", "operatividad", "calidad integral", "foco en el cliente" y "foco en el canal".

Pensamos claramente en un negocio de redes integrado dentro de la red, un negocio que operativamente tiene que ser "excelente" y donde parámetros tan básicos como la limpieza, la operatividad y la empatía del personal, tienen que ser una garantía para la mejor experiencia del cliente. Sobre esa base es donde hay que incorporar los nuevos productos y los nuevos servicios: Hablamos de los mejores carburantes y las mejores soluciones energéticas para la movilidad, las tiendas con nuevos formatos, los lavados integrales y de calidad, los medios de pago y de fidelización orientados a la oferta personalizada y de valor y toda una serie de servicios posibles que de forma segmentada y diferenciada pueden ser atractivos para el cliente.



¿Cuáles son entonces las claves de éxito? La clave principal, la más importante, pensamos que será, como

hacemos en Repsol, poner al cliente en el centro de atención en todos los aspectos. Y para ello no basta con decirlo, es importante alinear los sistemas de información, los procesos y la organización, todo ello orientado al servicio al cliente.

Cada día tenemos, aproximadamente, un millón de clientes que visitan nuestra red de más de 3.600 estaciones de servicio, con las más de 20.000 personas que trabajan en ella, empresarios y gestores, que representan nuestra marca ante esos clientes. Cada cliente, cada detalle transaccional son y serán clave en el futuro. Estos clientes son el equivalente a nuestras "reservas probadas" del negocio de exploración y producción, y representan un claro voto de confianza en nuestra compañía, a la vez que nos colocan ante el reto constante de mejorar.

En definitiva, "hay que hacer mejor lo que ya sabemos hacer bien" y adaptar el sector al cambio en curso. Todo ello poniendo foco total en el cliente, desarrollando liderazgo y cultura de detalle, cercanía y sentido de equipo. Éstas son y serán las claves para el éxito futuro.

Escuchar al cliente, una prioridad estratégica

Santiago Ruiz

Director de la Red de Estaciones de Servicio
Cepsa

En Cepsa, compañía energética global con más de 85 años de historia, llevamos a cabo nuestra actividad en todas las fases de la cadena de valor del petróleo: desde la exploración y su extracción y refino, hasta la comercialización y distribu-

ción de sus derivados, muy presentes en nuestro día a día (gas butano y propano, combustibles, lubricantes, asfaltos, detergentes, etc.)

En Cepsa estamos convencidos de que nuestra capacidad para generar valor está ligada a la aptitud para entender las expectativas de la sociedad. Por este motivo apostamos por la calidad y la diferenciación en todos nuestros productos, servicios y actividades para satisfacer en todo momento a nuestros clientes.



La seguridad, uno de los valores fundamentales de Cepsa, continúa siendo un eje sobre el que se define la estrategia de la compañía: seguridad de nuestro entorno, instalaciones y, por supuesto, de las personas. Dado que operamos en un escenario altamente competitivo, trabajamos para que se nos identifique como una empresa segura, que invierte en sus instalaciones, en sus empleados y en sus clientes.

Queremos que ellos, nuestros clientes, al elegirnos se decidan por productos y servicios que superen sus expectativas, por lo que nos enfrentamos al reto constante de innovar para consolidar la máxima calidad en nuestros productos. Además, nos esforzamos por mantener una relación personalizada con ellos a través de un servicio de atención al cliente diferenciador.

En este sentido, lanzamos en 2014 el programa *Customer Experience*, con el objetivo de evaluar su "experiencia" en todos los momentos posibles de contacto con nuestra marca. Escuchar al cliente se ha convertido en una prioridad estratégica que nos permite ir mejorando día a día. Para ello se han definido diferentes metodologías de análisis, pero principalmente apostamos por la implicación de todos nuestros colaboradores.

A lo largo del año 2015 hemos seguido trabajando en el Sistema IMAS (Instalaciones, Medioambiente, Atención al cliente y Seguridad), a través del que recogemos información el nivel de calidad de la atención recibida en la red de estaciones de servicio de Cepsa. En 2015 hemos realizado 5.130 visitas a las estaciones de servicio que han dado lugar a más de 10.200 acciones correctoras, un 32 por 100 más que en 2014, relacionadas con la información ofrecida en la estación, el mantenimiento y la limpieza, la atención al cliente y los servicios. Este sistema ya se encuentra plenamente implantado en la red de estaciones de servicio y constituye una herramienta muy útil para seguir avan-

zando en la mejora de nuestra oferta. Además, implica una formación continua a nuestros equipos, valor fundamental de nuestra compañía.

La personalización en la relación con nuestros clientes nos permite conocer mejor sus hábitos de consumo, sus necesidades y sus preferencias, lo que nos lleva a adaptar nuestra oferta tanto al cliente particular como al profesional, cada uno con sus características propias. Gracias al desarrollo de medios de pago para cada segmento de clientes, innovando en cuanto a los programas fidelización en colaboración con nuestras alianzas estratégicas o lanzando promociones personalizadas, alcanzamos el máximo valor de *customer equity*.

En esta misma línea de compromiso con la mejora continua, en 2015 hemos lanzado Cepsa Pay, una aplicación inédita en el mercado a nivel mundial, para facilitar el repostaje. La aplicación permite al usuario pagar directamente con el móvil y repostar de una manera rápida, cómoda y segura en la red de estaciones de servicio de Cepsa.

Con la firme apuesta por seguir creciendo en el servicio de valor añadido a nuestros clientes, hemos hecho grandes esfuerzos en el desarrollo del área *non oil*, lo que está suponiendo un proyecto sólido para nuestro negocio. Actualmente en nuestras estaciones de servicio contamos con más de 170 tiendas Carrefour Express, 700 tiendas de conveniencia DEPASO, 300 centros de lavado, 5 restaurantes *fast food*, puntos "Home Pack" de Correos, etc.

Precisamente el desarrollo de un nuevo modelo de negocio de proximidad, en lo relativo al negocio de *retail*, es un ejemplo de la innovación en nuestro sector. Las tiendas Carrefour Express lo transforman en un nuevo concepto de supermercado, con un surtido de 1500 referencias y unos precios muy competitivos. Su éxito ha llevado a que esta alianza con Carrefour se ha reforzado con la renovación del acuerdo por 5 años más.

Por otra parte, hemos presentado recientemente un nuevo modelo de estaciones de servicio: más moderno, eficiente y sostenible. Su diseño incorpora materiales con la más avanzada tecnología, desarrollados en nuestro Centro de Investigación. Transmite una imagen innovadora, sostenible, ergonómica, futurista y eficiente que responde a nuestros valores y a la visión como Compañía.

Preocupados por la comunidad y sostenibilidad, también impulsamos otras iniciativas, como la instalación de contenedores de recogida de ropa en algunas estaciones de servicio y la venta de objetos elaborados por colectivos desfavorecidos en las tiendas de conveniencia, cuya recaudación va destinada a proyectos e iniciativas de distintas asociaciones que trabajan en su ayuda.

Certificado por

2iMat10

EL CONCEPTO MÁS SENCILLO DE NAVEGACIÓN

- Guía por voz
- 24h de servicio
- Garantía de ahorro

Hardware Software Soluciones Completas

c/ Almogàvers, 157 | 08018 Barcelona | T 93 485 42 84 | F 93 485 44 09
www.2ionline.com | 2i@2ionline.com

2i Informática Industrial

Heptan

La nueva era en la distribución de carburante



Alvic
your technology partner



-24h-

365 días



902 25 35 01

Atención al cliente personalizada.
24 horas al día, 365 días al año.
Cobertura nacional.

alvic.net



Un esfuerzo por adelantarse a los cambios

Luis Delgado

Director general Retail & Marketing Galp

El sector petrolero está llevando a cabo nuevas fórmulas de negocio en la red española de estaciones de servicio. En un mercado cada vez más cambiante, las claves para seguir creciendo en este negocio van más allá del propio producto. Las empresas deben hacer un esfuerzo por adelantarse a los cambios, tienen que reinventarse y adaptarse a las necesidades del consumidor.

Algunas transformaciones pasan por aportar una mayor conectividad con los clientes, el desarrollo de las ventas online o mejorar la experiencia de compra. Las razones que pueden interferir en el futuro de nuestras estaciones de servicio son varias; dependerá, por ejemplo, de cómo evolucione la movilidad, el mundo de la energía y la evolución de las energías alternativas. Es muy probable que se acentúe la polarización actual entre, estaciones de servicio centradas en proporcionar muchos servicios de valor añadido para el cliente, y las low cost. La ubicación de las mismas marcará la necesidad de la oferta que se determine.

En Galp nuestras tiendas de conveniencia ya están llevando a cabo el cambio que demanda el consumidor. Ofrecemos espacios innovadores, disponibles los siete días de la semana y con horario extendido. Nuestras estaciones de servicio son idóneas para hacer una pausa cómoda y relajada. Ofrecen diversidad de productos y servicios, incluyendo alimentos y be-



bidas, mini-mercado, tabaco y los servicios públicos, periódicos y revistas, lubricantes y una amplia gama de carburantes para el coche.

Las claves para el éxito se centran en ofrecer mayores servicios y seguir apostando por la calidad y la innovación. En Galp estamos atentos a las demandas del mercado para ofrecer, con rapidez, las necesidades de los consumidores y para construir, entre todos, las estaciones de servicio del futuro.

Una oferta genuinamente diferenciada y ejecutada de manera excelente

Álvaro Granada

Director de Red de Estaciones de Servicio BP

El sector de estaciones de servicio ha sufrido durante los últimos años la mayor transformación desde la eliminación del monopolio. Esta transformación ha tenido un componente de mercado con caídas de demanda superiores al 25 por 100 y un componente regulatorio tras la aprobación de la Ley 11/2013 que ha fomentado la creación de más de un 10 por 100 de nuevos puntos de suministro, la mayoría de ellos en formatos desatendidos/low cost. Como resultado de estos cambios la rentabilidad media del sector se ha visto sustancialmente reducida así como la capacidad de inversión de los diferentes agentes del mercado para invertir en seguridad, servicio e imagen afectando negativamente a los consumidores, actuales y futuros.

No obstante lo anterior, en BP somos optimistas con respecto a la evolución del mercado en los próximos cinco años, con crecimientos estimados en torno al 2 por 100 anual. También confiamos en que el regulador revise algunos de los elementos de la actual ley que están poniendo en riesgo la sostenibilidad del sector, como por ejemplo aumentando la duración máxima de los contratos de abanderamiento y suministro de los actuales doce meses, a un mínimo de tres años, más conforme con el marco regulatorio establecido en cinco años en el resto de países de la UE.

La apuesta de BP a futuro en nuestra red de estaciones se basa en la mejora y diferenciación de nuestra oferta, el desarrollo de una red de máxima calidad y la excelente ejecución operativa en el punto de venta.



Con respecto al desarrollo de nuestra oferta, tenemos muy claro cuáles son nuestros clientes potenciales y cuáles son sus necesidades basadas en un producto de la máxima calidad y un programa de fidelización líder en el mercado.

Para ello, BP lanzó en 2015 su nueva gama de carburantes con tecnología Active, que protegen el motor de la suciedad y permiten recorrer hasta 56 kilómetros más por cada depósito gracias a su mayor eficiencia.

Y para fidelizar a nuestros clientes, hemos renovado nuestro programa, transformándolo en "Mi BP", lo que ha supuesto una revolución al permitir a los usuarios disfrutar de muchas más ventajas y de descuentos exclusivos.

Con respecto al desarrollo de nuestra red apostamos por seguir creciendo primando siempre la calidad frente a la cantidad de red, con el convencimiento de que las estaciones con peor gestión y/o peor localización terminarán cerrando.

Finalmente, aprovecho para recalcar la calidad humana y profesional del personal de nuestras estaciones, clave para conseguir que nuestros clientes nos visiten con más frecuencia.

En definitiva, las perspectivas de mercado son buenas y BP confía plenamente en seguir creciendo en el mercado Español gracias a una oferta genuinamente diferenciada y ejecutada de manera excelente.

**FLOWEY®
TECHNIC**

**Natural
Technology
Environment**

T3 NETRAL ECOLOGIC

**DESENGRASANTE
ALCALINO UNIVERSAL
ANTICORROSIVO
ECOLÓGICO, FORMULADO A BASE
DE TENSOACTIVOS VEGETALES**

CONSEJOS

Por pulverización: T3 NETRAL ECOLOGIC se utiliza diluido en agua en una concentración entre el 1 y el 10 %, según el nivel de suciedad.

A alta presión: T3 NETRAL ECOLOGIC se utiliza en caliente o en frío en una concentración entre el 0,5 y el 3 %, según el nivel de suciedad.

Antes T3

Después T3

QUALITY MEMBER

MADE IN LUXEMBOURG

L.C.I Sàrl 2, Z.A.C Klengbousberg • L-7795 BISSEN G-D. LUXEMBOURG •
• Tél.: (+352) 33 52 50 • Fax: (+352) 33 52 40 • www.flowey.com • info@flowey.com

Evolucionar hacia estaciones multifunción, completas y singulares

Aristides Bonilla

Director de Comunicación, Marketing y Desarrollo Disa

Nuestros clientes cada día exigen más. Para satisfacer sus expectativas, evolucionamos hacia estaciones multifunción, completas y singulares. El desarrollo pasa por detectar en cada lugar qué servicios y productos complementarios satisfacen mejor las necesidades de los



conductores que repostan en la zona, con la calidad y cercanía habitual de nuestras estaciones Disa o Shell presentes en toda España.

Motortec Automechanika Madrid, un espacio de conocimiento del sector

Miguel Aguilar

Director de Motortec Automechanika Madrid

Quiénes hacen realmente los negocios son las empresas. El papel que corresponde a una institución ferial es proporcionar el espacio adecuado y las mejores herramientas para que las empresas y profesionales puedan entenderse. En este sentido, Ifema, a través de su ya prolongada trayectoria, ha acreditado sobradamente esa capacidad de facilitar el mejor entorno de negocio a sus clientes.

El sector de las estaciones de servicio y el car wash ha tenido la oportunidad, en las distintas ediciones de Motortec Automechanika Madrid, una de las ferias más importantes para esta industria a nivel europeo, de disfrutar de un encuentro comercial de primer nivel y, sobre todo, de alta rentabilidad, que garantiza a los expositores un importante retorno a la inversión realizada.



En un mundo globalizado e interconectado, a través de medios electrónicos, video conferencias.... La comunicación es muy importante, pero lo que continúa siendo vital es la comunicación personal y el apretón de manos, para sellar un acuerdo, ver directamente el producto, intercambiar experiencias con otros profesionales... en definitiva, todo un conjunto de actividades que sólo se pueden realizar en una feria como Motortec Automechanika Madrid, naturalmente, con todos los instrumentos que faciliten esa tarea comercial.

Pero además, Motortec Automechanika Madrid es un espacio de co-

»»» (Pasa a página 12)

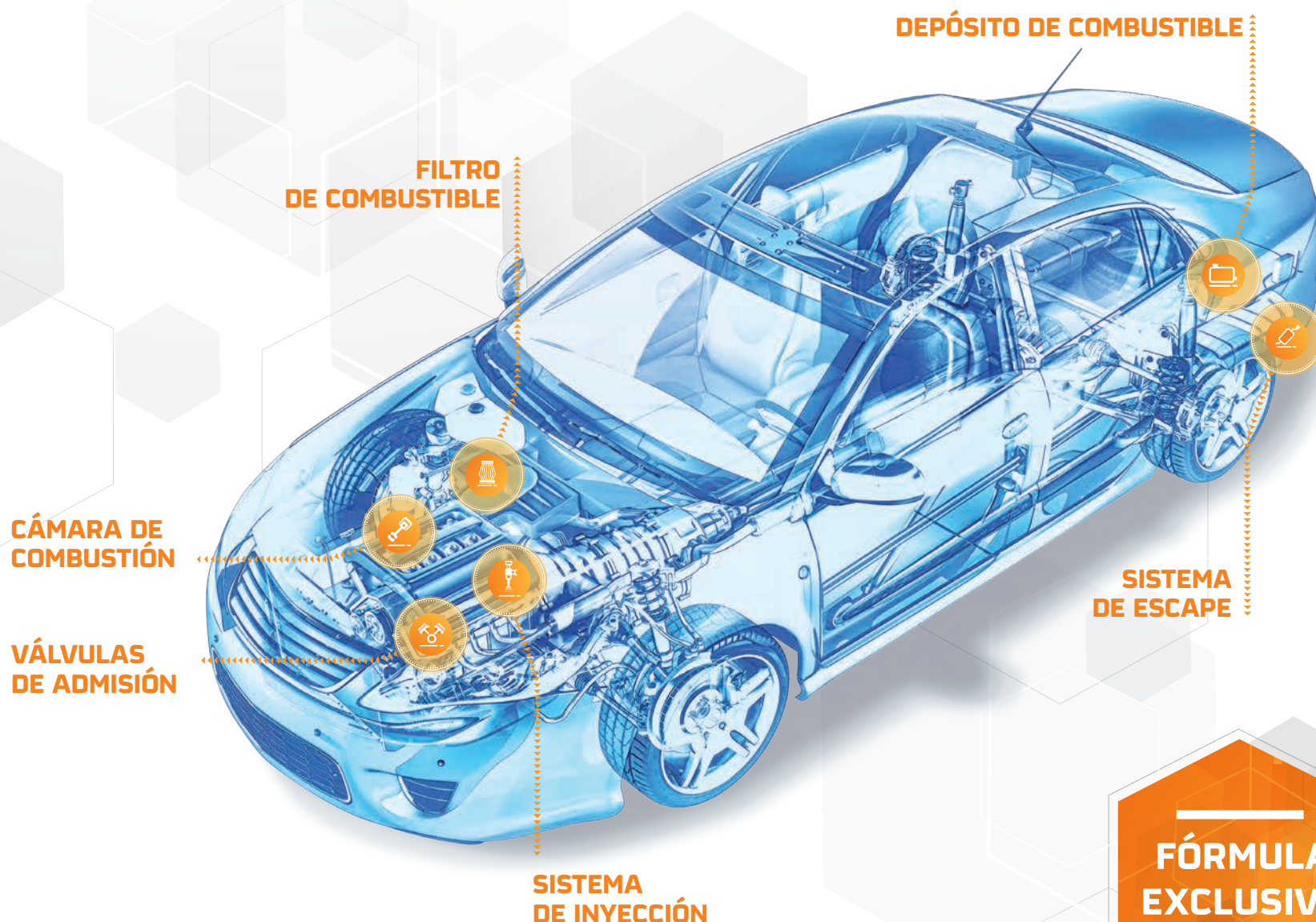
Los carburantes Repsol Neotech

mejoran el funcionamiento
de tu vehículo



REPSOL

Inventemos el futuro



- MÁXIMAS PRESTACIONES CON EL MÍNIMO CONSUMO
- MÁS CUIDADO DEL MOTOR
- MENOS AVERÍAS

SOLO EN LAS ESTACIONES DE SERVICIO REPSOL, CAMPSA Y PETRONOR



Neotech

Más información en repsol.com

La marca, arma de las estaciones tradicionales

Miguel Payá
Director comercial
Meroil

Las estaciones de servicio tradicionales se enfrentan durante estos últimos años a la competencia, cada vez mayor, de diferentes modelos de negocio que se hacen con parte del mercado. Hablamos por ejemplo de estaciones *low cost*, grandes superficies, unidades de suministro y cooperativas.

Sin querer entrar en si la competencia es leal o no, y poniendo por delante que algunas de ellas tienen ciertas ventajas a nivel de obligaciones operativas, que a mi modo de entender no se justifican, creo que las estaciones tradicionales deben hacer un ejercicio de reflexión para tratar de ofrecer lo que sus clientes están demandando en la actualidad.

Haciendo un símil con lo que ha ocurrido con las aerolíneas, siguen compitiendo aerolíneas *low cost* con otras de bandera tradicional, todas tienen su público objetivo y ofrecen servicios adecuados para cada uno de ellos.

Una de las armas que disponen las estaciones tradicionales es la marca, y todos los valores que transmiten con

ella. El valor de marca tiene que ver con la percepción que tiene el cliente tanto de la parte tangible (calidad) como de la intangible (servicio).

Respecto a la parte tangible, el disponer de un buen producto es fundamental para dar confianza al cliente, y en este sentido el comprar el producto a proveedores consolidados en el mercado (operadores y transportistas) es una decisión inteligente para evitar sorpresas desagradables.

Por otro lado el cliente quiere rapidez, tanto para realizar el suministro y pago, como para poder hablar e interactuar con representantes de la estación y poder exponer las posibles incidencias que puedan ocurrir.

En definitiva, debemos identificar quienes son nuestros clientes y que demandan para realizar una oferta de productos y servicios acorde con sus necesidades, el precio será sin duda importante pero ni mucho menos lo único.



Más allá del simple abanderamiento

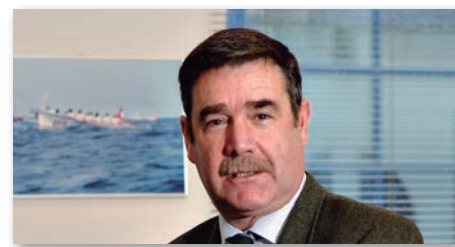
Juan Llop
Director Desarrollo Estratégico
AVIA

AVIA somos una compañía de referencia en el sector de hidrocarburos español, en donde a lo largo de los últimos veinticinco años -los mismos que cumple CARBUROL- hemos logrado un significativo crecimiento, cubriendo la práctica totalidad de las provincias con nuestra red de 153 estaciones de servicio y 20 gasocentros, dedicados al suministro al consumidor final de gasóleo para uso agrícola, automoción, industrial y calefacción.

Igualmente contamos con una terminal propia de almacenamiento en el Puerto de Bilbao, con capacidad para 220 millones de litros, la cual garantiza la máxima calidad de nuestros productos, incluyendo los nuevos carburantes diésel de última generación con tecnología *power*.

Nuestras estaciones de servicio, conforme a la evolución del mercado, ya no sólo suministran gasoil y gasolina, sino también otras energías como biomasa y biocombustibles (GLP y GNV).

Siempre hemos apostado, además de por estaciones modernas, con un cuidado diseño y equipadas con los mejores servicios y productos, por estaciones que tengan el máximo grado de excelencia en la atención y proximidad con sus clientes, valores esenciales asociados a la marca AVIA. Así, y dentro de nuestra política de alcanzar esa máxima excelencia, iniciamos en 2014 un proceso para la certificación de toda nuestra



red bajo la norma UNE 175001-6 de calidad en el servicio. Con todo, nuestro gran valor añadido es el de ofrecer a los empresarios propietarios algo más valioso que un simple abanderamiento: la oportunidad de integrar su estación de servicio en una red de prestigio internacional (con 90 años de historia y 3.000 estaciones en Europa), manteniendo al mismo tiempo su control y gestión. Y aprovechándose de todas las sinergias de un club de fidelización como Club AVIA, con 250.000 socios.

Y no sólo eso, dependiendo de cada necesidad, desde AVIA ofrecemos al empresario propietario la posibilidad de gestionar sus estaciones de servicio en régimen de alquiler, con unas condiciones óptimas, que se sustentan en un modelo de colaboración basado en tres ejes: garantía, compromiso de una marca líder y abanderamiento AVIA.

En lo que hace referencia a I+D+i, y como complemento a nuestra red, desde hace dos años comercializamos en exclusiva iAVIA, un innovador concepto de estación de servicio inteligente, de carácter modular y espacio reducido, cuya puesta en marcha requiere una inversión cuatro veces inferior a la habitual y un plazo de tan sólo seis días.

Un paso más en el modelo de gestión de los puntos de venta

Antonio Barral Sanlés
Director Red de EE.SS.
Tamoil

Desde Tamoil nos resistimos a considerar la red de estaciones de servicio en el que se comercializan gasolina, gasóleos, y accesoriamamente otro tipo de referencias a través de sus tiendas de conveniencia y centros de lavado sea considerada un producto *commodity*.

Por ello, ante los cambios legislativos del sector y la aparición de nuevos actores en el mercado, damos un paso más en el modelo de gestión de los puntos de venta para poder llegar al público, satisfacerlo y fidelizarlo ofreciendo un valor añadido a través de servicios agregados como tiendas, cafeterías, áreas de lavado, lubricenros y una atención personalizada.

Así pues, un correcto posicionamiento de los puntos de venta en cada área respecto a la competencia y una estrategia técnico-comercial adecuada favorecerá la explotación de las fortalezas internas de cada estructura, permitiendo alcanzar los objetivos, facetas estas diseñadas en colaboración con



los gestores y/o agentes de cada punto de venta a través de los cuales la constante comunicación bidireccional permitirá establecer nuevos retos.

Tanto los productos *oil* como los servicios *non oil* son parte de un todo global, por ello hay que diseñar, mantener y actualizar un porfolio adecuado a la demanda y/o cliente objetivo, así como prestar un cuidado detallado de las instalaciones/equipamiento en todas las actividades.

Si bien el personal de las estaciones de servicio es el vínculo con el cliente transmitiendo a este la imagen y valores de nuestra compañía, la atención al cliente es el elemento diferenciador que desemboca en la fidelización de los clientes, siendo estos nuestra razón de ser.

Las estaciones de servicio son un ente vivo en constante cambio del que la fuerza de ventas debe ser partícipe, y si estas se encuentran en localizacio-

nes diferentes con entornos sociales diversos, es preciso implantar un programa de micro-marketing que permita realizar y comunicar de forma eficaz las distintas acciones a desarrollar, pudiendo estas ser adaptadas a la situación particular de cada punto de venta.

Cada día, el consumidor es más activo buscando en internet la mejor opción de rentabilizar su reportaje y/o gasto. La presencia en la red con una web moderna e interactiva, conjugada con la presencia e interacción en las redes sociales son indispensables, porque si no estás, no existes.

En un mercado tan competitivo, se hace necesario diseñar mecanismos de control a través de procedimientos

sencillos para detectar las desviaciones de nuestro negocio en el menor tiempo posible, y así poder implementar las medidas correctoras pertinentes. Un seguimiento eficiente a través del personal comercial con un CRM y una formación con incentivos del personal de las estaciones de servicio son la base del éxito.

Por todo ello, y siendo la más firme intención de Tamoil ser un referente en el canal de *retail* por el binomio calidad-precio ofrecido, en este ejercicio 2016 se conjugará un ambicioso plan de expansión y un desarrollo de las actividades *non oil* a través de las propuestas "myshop", "mycafé" y "mywash" que permitirá crecer de forma orgánica y de forma sostenible en la franja mediterránea.

(Viene de página 10) >>>

nocimiento, en donde poder conocer de la mano de expertos en las distintas materias que tienen que ver con este sector, las últimas tendencias.

Empresarios y profesionales tienen en Motortec Automechanika Madrid una feria de alcance internacional, per-

fectamente integrada en el circuito de ferias de este sector, y que les permitirá multiplicar exponencialmente sus oportunidades de negocio. Sin duda, una ocasión que el sector de estaciones de servicio y el *car wash* no se puede perder.



**Soluciones
informáticas para
estaciones de servicio**



4GLsp.com

Nuevos Surtidores Quantium TQ

- Acceso Remoto (TCP-IP) – Base de Datos SQL – Cambio de Versión, Informes, Incidencias, Fichero de Estado... etc.
- Envoltentes Exteriores IP54/IP67 Conforme a Normas UNE-EN 13617-1 y UNE-EN 60079-1 (Futura MI-IP 04).
- Estadística de Ventas/Máximos/Mínimos/Cálculos Medios... etc.
- Almacenamiento Automático de Configuración.
- Calibración Electrónica de Medidores.
- Totalizadores Electrónicos.
- Electrónica Modular.



**Avanzada Tecnología con el respaldo
de más de 110 años de Experiencia**

A favor de la vía de desarrollo de servicios

Rafael Tomás

Director general
Istobal

Desde Istobal tenemos el firme convencimiento de que el futuro de las estaciones de servicio pasa por adoptar una de las dos estrategias básicas: el liderazgo en costes o la apuesta por la diferenciación basada en la ampliación de servicios. Ambas son factibles y permiten articular modelos de negocio perfectamente viables, pero nuestra preferencia es clara en favor de la vía de desarrollo de servicios.

El principal motivo es que esta opción permite generar vínculos de fidelidad con el usuario lo cual, a su vez, se traduce en una mayor capacidad para construir una base de clientes más estable, con mayores márgenes de maniobra y reacción, incluso en contextos negativos de pérdida de usuarios.

Una de nuestras aspiraciones es que Istobal sea considerado mucho más que un proveedor: un aliado o *partner* estratégico que participe en el desarrollo de esa base de clientes fidelizados. Ser capaces de escuchar y anticiparnos, ofreciendo a nuestro cliente lo que realmente quiere, y mejorar la experiencia del usuario constituyen, por tanto, los ejes básicos sobre los que desarrollamos toda nuestra actividad.

Por eso hemos impulsado un proyecto que tiene como enfoque la experiencia del usuario de la instalación de lavado; porque tenemos claro que



sólo desde la máxima satisfacción de quien acude a lavar su vehículo, los propietarios de equipos Istobal pueden dar forma a negocios más rentables, sostenibles y diferenciados.

En este sentido, la tendencia es clara: desde Istobal diseñamos, producimos y suministramos productos cada vez más completos y sofisticados. Equipos que permiten operar con mayor comodidad, que garantizan un lavado a la altura de las máximas exigencias de un usuario informado y con gran número de alternativas, y que permiten mejorar la experiencia de uso simplificando la interacción y reduciendo dudas e incertidumbres gracias a una información más clara y accesible.

Vehículo eléctrico y estaciones de servicio, un tándem con mucho sentido

Arturo Pérez de Lucía

Director gerente
AEDIVE
Asociación Empresarial para
el Desarrollo e Impulso
del Vehículo Eléctrico

Uno de los mayores retos para el desarrollo del coche eléctrico es el despliegue de una infraestructura de recarga pública de oportunidad y accesible que otorgue una mayor autonomía este tipo de vehículos cero emisiones en la propulsión.

Si bien la principal recarga de los vehículos eléctricos es la vinculada, esto es, la que se realiza en el hogar o en el lugar de trabajo, las cada vez mayores autonomías de las baterías, que ya rondan la media de los 250-300 km por recarga, permiten incrementar el radio de acción de este tipo de vehículos, más allá del concepto puramente urbano.

Al respecto, tanto en el resto de las ciudades europeas como en las españolas se está trabajando en desarrollar una red de recarga que permita a los vehículos eléctricos realizar recorridos no solo urbanos y periurbanos, sino también interurbanos e interregionales, gracias al despliegue de corredores ibéricos que pongan a disposición de los usuarios infraestructuras de recarga rápida que permitan cargar la batería del vehículo en veinte minutos, lo necesario para realizar una parada cada 200 kilómetros, que por otro lado es lo recomendable para evitar la fatiga en la conducción.

En lo que atañe a este tipo de infraestructuras, las estaciones de servicio se convierten en los espacios idóneos para instalar puntos de recarga, ampliando así la oferta de servicio para los conductores. De hecho, cada vez son más las gasolineras que instalan surtidores eléctricos de carga rápida para los vehículos eléctricos existentes en el mercado.

Tal es el caso de empresas como Repsol, propietaria al 50 por 100 de IBIL, gestor de carga habilitado para la recarga de vehículos eléctricos se-



gún establece el RD 647/2011 y que cuenta con puntos de recarga en varias de sus estaciones de Barcelona; los municipios madrileños de San Sebastián de los Reyes, Móstoles o Galapagar; Málaga, Guadalajara, Gerona, Sevilla, Cádiz, Murcia, Navarra, Zaragoza, Palma de Mallorca, Valencia, Gijón, Cantabria, Palencia, Vitoria, Valladolid, Donostia o Vizcaya, por ejemplo.

Actualmente existe una cincuenta de estaciones de servicio con infraestructuras de recarga de vehículos eléctricos, algunas de las cuales corresponden a las propias gasolineras, que se están erigiendo como gestoras de carga merced a proyectos como el que ofrece la empresa Urbener a través de una plataforma diferencial que facilita la incorporación de las empresas al mercado mayorista eléctrico, reduciendo los gastos de su factura eléctrica. Así, compañías gestoras de estaciones de servicio como Zoilo Ríos, en Aragón, Grupo Velayos, Gesdegas, Grupo ALZ, Grupo Glem, Grupo Ripoll o Sama se han sumado ya a esta oportunidad de ampliar su negocio y de optimizar sus gastos.

Sin duda, las estaciones de servicio están llamadas a protagonizar el desarrollo de la movilidad eléctrica.

La flexibilidad, clave para el éxito en el sector

José Luis Gómez Ruiz

Director de Red de Estaciones
de Servicio
Saras

Durante varios años hemos estado sobreviviendo a la dinámica de este mercado volátil. Desde el 2008 ha disminuido el consumo en un 30 por 100 y Saras Energía sigue apostando por el mercado español.

Hemos tenido la capacidad de cambiar de forma radical la cultura e identidad de la empresa, adaptándonos al mercado, esto nos ha ayudado a ser más eficientes y eficaces con nuestros recursos e intentar adaptarnos a las exigencias y necesidades de nuestros clientes.

En un mercado donde ha aumentado considerablemente el número de actores, muchos de ellos únicamente enfocados en el precio, Saras Energía ha reaccionado, por un lado con la automatización de parte de su red aliándonos con *partners* estratégicos tecnológicos y por otra, con la mejora y ampliación de los servicios que ofrecía hasta entonces.

En estos momentos Saras Energía tiene un total de cien estaciones de servicio, de las cuales setenta son estaciones de gestión propia.

Hemos enfocado nuestro esfuerzo en la mejora continua de nuestras tarjetas de fidelización llamada Deresclub, tarjetas de descuento inmediato Platinum Deresclub y tarjetas crédito Profesional.

También hemos incrementado la actividad comercial con el fin de aumentar la penetración de nuestro combustible Premium Saras Plus, "áreas de lavado" e intensa actividad promocional en nuestras tiendas de conveniencia.



Creemos que las claves para el éxito en nuestro sector son la flexibilidad, ser capaces de adaptarnos a un mercado dinámico, donde cambian radicalmente las condiciones del mercado, contar con grandes profesionales del sector que aporten sus ideas y experiencia trabajando conjuntamente y esforzándose en mejorar cada día, y la inversión tecnológica, somos conscientes de que en estos momentos la tecnología cambia vertiginosamente y debemos adaptarnos para ser capaz de competir en el mercado en el que nos encontramos.

La tecnología del gas como combustible está madura

José Ramón Freire

Presidente
GASNAM

Nuestra asociación GASNAM cuenta con solo tres años de vida y agrupa ya a noventa y cinco socios. Este significativo crecimiento muestra el interés por el gas natural como combustible alternativo que día a día avanza y se consolida en el transporte por carretera de personas y mercancías. La realidad que justifica el crecimiento son sus ventajas económicas y de disponibilidad, tanto en su forma comprimida (GNC) o licuada (GNL) junto a la importante reducción de emisiones y la disminución de la dependencia del petróleo que conlleva.

GASNAM ya se ha consolidado como asociación ibérica, con una extraordinaria respuesta de la industria portuguesa en cuanto a nuevos asociados.

Ante la nueva Directiva Europea de Infraestructuras para Combustibles Alternativos, GASNAM ha estado trabajando con los ministerios afectados tanto de España como de Portugal para definir los puntos de suministro necesarios, en línea con los requerimientos de disponibilidad de GNL y GNC en carretera y en ciudades. A partir de los resultados del estudio y por indicación de nuestra Administración hemos llevado a cabo la preparación y presentación del proyecto europeo CEF GNC/GNL Mobility Iberian Network, con participación de veinticuatro empresas españolas y cinco portuguesas, contando con el respaldo ministerial de ambos países.

España cuenta ahora mismo con dieciocho estaciones públicas de



GNL, más que cualquier otro país europeo, que unidas a las cinco de Portugal configuran una excelente base de partida para la creación de la red ibérica de distribución de GNL y GNC.

Desde GASNAM proponemos el gas natural comprimido como combustible urbano recomendado, tanto para vehículos de turismo, taxis, camiones y furgonetas de distribución y vehículos urbanos pesados. La tecnología está madura, los fabricantes ya tienen oferta en sus catálogos y el gas natural se consolida como la gran alternativa ecológica, económica y disponible frente a los combustibles tradicionales.

En transporte de larga distancia por carretera solo el GNL se presenta como la alternativa al diésel tradicional.

¿Cuántas veces mi instalación de lavado tiene un "cono" indicando que no está operativa?

Fernando Giménez Sola

CCO
Washtec Spain

Ya llevamos meses experimentando que los equipos de lavado automáticos y los boxes en auto-servicio vuelven a tener colas de espera...especialmente los viernes por la tarde, los sábados y los domingos por la mañana.

Los españoles siempre hemos cuidado mucho nuestros vehículos y... ¡ahora volvemos a hacerlo!

Hoy, más que nunca, el cliente que va a lavar su vehículo exige que los equipos de lavado le ofrezcan los más completos programas y las mejores prestaciones además de una total fiabilidad ("siempre el lavado está operativo y "mima" mi coche") pasando el precio a ser uno de los puntos menos importantes a la hora de que un cliente elija una estación u otra para lavar su vehículo.

"Valoro el que, cuando voy a lavar (y casi siempre lavo en el mismo sitio) los equipos están siempre operativos".

"Y además, pago el programa que más me gusta pero exijo lo que me han prometido".

Si acabo de solicitar y pagar el programa Premium, por ejemplo, que aplica un tratamiento de cera especial, cuando mi coche termine el proceso de lavado, debe brillar apreciablemente más que cuando entré.

El lavado de vehículos continúa siendo el negocio -y con mucho- más rentable de nuestro sector por sus magníficos márgenes, por las enor-



mes posibilidades de promoción y por ser un foco inmejorable de atracción de clientes para el resto de los servicios de la estación como la tienda, cafetería...

Olvidémonos ya de cepillos de plástico, equipos sucios o descuidados y que laven y sequen mal.

¡Ya nadie quiere eso!

Cada vez facturo menos en el "lavadero"... ¡claro, con esa instalación...!

Valoro que si un cliente va a lavar y el equipo no funciona...¿a lo mejor no vuelve?

Invirtamos en equipos que ofrezcan prestaciones de gran calidad y que siempre funcionen.

Además, nuestra propia reacción cuando acabamos de lavar nuestro vehículo y éste ha quedado perfecto, es muy clara: al menos durante unos minutos nos sentimos un poco mejor, una parte importante de nuestro activo personal está impecable, en orden.

¡Invirtamos en calidad, limpieza, fiabilidad y servicio!!

Multiplicaremos nuestra facturación en el lavado y esto "tirará" de los demás negocios de mi estación.

Autogás: una oportunidad y retorno para las estaciones de servicio

José Luis Blanco

Director
AOGLP

El autogás permite una movilidad económica y sostenible, y así lo dicen los más de 25 millones de conductores de todo el mundo usuarios de nuestro combustible en todo el mundo. Genera ahorros de hasta un 40 por 100 con respecto a combustibles tradicionales y, además, mejora la calidad del aire urbano por sus bajas emisiones de NOx y casi nulas de partículas contaminantes, al tiempo que ayuda a la reducción de los gases de efecto invernadero por sus reducidas emisiones de CO₂. Ecología, ahorro, accesibilidad: estas características hacen del autogás el combustible alternativo más utilizado en el mundo.

Las cifras hablan por sí solas. Existen más de 25 millones de coches, 15 de ellos en Europa y alrededor de 50.000 en España, circulando con Autogás, una cifra en ascenso de más de 500 puntos de suministro que permiten cruzar el país de punta a punta y unos 50 modelos de coches nuevos a elegir con este combustible incorporado. Y con el recién agotado Plan Movea, por el que se otorgan ayudas para la adquisición de estos vehículos, las perspectivas no pueden ser más favorecedoras para el crecimiento del sector, por no hablar del marco que se abre dentro de la transformación. Nos encontramos, sin lugar a dudas, en el mejor momento para crecer y de hecho, el objetivo del Ministerio de Industria, Energía y Turismo es alcanzar los 250.000 vehículos y superar las 1.500 estaciones de servicio en 2020.

Hablar de GLP además significa garantía de suministro y accesibilidad,



ya que es un combustible ampliamente producido en el mundo, con inmensas reservas e incluso parte del GLP producido en España es necesario exportarlo al no disponer de consumo interno suficiente.

Con estas cifras y previsiones sobre la mesa, es evidente que el autogás supone una buena oportunidad de negocio para las estaciones de servicio, ya que apoya sus estrategias de diversificación y crecimiento y supone una mayor oferta para ellas, permitiendo acceder a un nuevo segmento de cliente interesado en la sostenibilidad. Así, aunque el autogás es ya el combustible alternativo del presente, sus características lo convierten también en el del futuro, siendo la oportunidad perfecta de inversión para las estaciones de servicio. No podemos esperar más que crecer.

¡Felicidades CARBUROL por estos 25 años de labor informativa!



*Repostar carburante aquí
sienta muy bien.*

Si en tu día a día siempre buscas lo mejor, ¿no vas a hacer lo mismo con tu vehículo?

- Máxima calidad
- Amplia gama de carburantes
- Protección del motor
- Óptimo rendimiento

Una apuesta por la calidad acompañada del mejor servicio que sienta bien, muy bien.



MEROIL S.A. | Tel. 93 206 16 00 | www.meroil.es

¡FELICES 25!

Compartimos las reflexiones recibidas en la redacción con ocasión de estas bodas de plata.

Una alegría, un honor y ¡cómo no! un gran lujo.

Con ilusión y comprometidos con la independencia y la calidad editorial, arrancamos los próximos 25 años rodeados del cariño y la exigencia de instituciones, empresas, lectores y anunciantes.

Amigos de una vida.

Trabajando juntos construimos día a día un apasionante sector.

A todos ¡gracias de corazón!

CARBUROL y Fullgas tenemos muchos motivos para celebrar este 25º aniversario. Comenzamos hace 25 años caminando juntos y es un honor y satisfacción encontrarnos en el mismo camino, ello hace que seamos mejores y más fuertes. Os deseamos todo lo mejor para continuar otros 25 años más, ¡por lo menos!



Juan Muñoz Blanco
Director General
Fullgas

Felicidades a CARBUROL por estos 25 años de éxito. Gracias a vuestra colaboración, Cetil se ha podido dar a conocer más eficazmente en nuestro sector. Os deseamos un futuro aún mejor.



José Sánchez del Pozo
Consejero Delegado
Cetil Dispensing Technology

En los últimos 25 años, Petrotec ha seguido la evolución tecnológica en el *downstream* del sector petrolífero, y el cambio de comportamiento del consumidor. Durante este recorrido hemos contado con la revista CARBUROL como colaborador y fuente de información actual, rigurosa y de calidad. Gracias y enhorabuena por las bodas de plata a todo el equipo CARBUROL.



Nuno Cabral
CEO
Grupo Petrotec

Vemos con optimismo el futuro del sector de carburante. Aunque anticipamos un entorno cada vez más competitivo, estamos convencidos de que las EE SS sabrán apostar por estrategias de diferenciación basadas en servicio y en una diversificación de su oferta. En este contexto será más necesario que nunca contar con soluciones tecnológicas avanzadas que permitan conocer mejor a los clientes finales, interactuar en múltiples canales y controlar el negocio. El reto será hacer sencillo lo complejo.



Julián Oncina Moranchel
Director General
Avalon Informática y Servicios

Mi más sincera enhorabuena a las personas que han hecho posible disfrutar de esta publicación durante 25 años. Hemos caminado juntos durante años y estamos dispuestos a seguir haciéndolo durante muchos más.



Antonio Martín
Director general
Aseproda Informática

Estos 25 años se corresponden con la revolución del sector. Ya nadie se acuerda, pero hace 25 años manejar una gasolinera en autoservicio o predefinir un surtidor desde una consola era todo una excentricidad. En todo este tiempo CARBUROL ha estado a nuestro lado echando una mano para dar a conocer las continuas novedades que se iban introduciendo. Se hace difícil ver donde podemos llegar a partir de ahora, pero seguro que CARBUROL seguirá a nuestro lado con su labor divulgativa. Felicidades y a por el 50 aniversario.



Jaume Daviu
Director
2i Informatica Industrial

¡Felicidades!! Permanecer en este sector como medio de referencia un cuarto de siglo tiene mucho mérito, espero que lo podáis mantener mínimo 25 años más. Os deseo un futuro con muchos éxitos. Feliz Aniversario para todo el equipo CARBUROL.



Jaume Arcarons
CEO
Alvic

Para Proconsi, CARBUROL siempre ha sido y es un fiel aliado en la comercialización de nuestros productos y servicios. El rigor editorial y alcance de su publicación, garantiza un servicio satisfactorio y una comunicación adecuada. Sin duda, estos 25 años son los primeros de una larga lista. Felicidades



Raúl Ordás
Director de Marketing
Proconsi

Después de tantos años, compartiendo experiencia profesional y personal con el equipo de CARBUROL, es un placer poder felicitarnos en una fecha tan señalada. ¡Por 25 años más de éxito y trabajo!



Fernando Rey Quiroga
Director General
Naler Estudios y Proyectos

Desde 4GL queremos felicitar a CARBUROL por esos veinticinco años en los que hemos podido crecer y trabajar juntos, aportando cada uno nuestro pequeño grano de arena. Son momentos difíciles para todos pero os animo a que, con la misma ilusión de siempre, sigáis al pie del cañón.



Alfonso Carrasco
4GL

En estos tiempos difíciles para el sector de las Estaciones de Servicio, mantenerse informado de la evolución y actualidad del mismo es fundamental. En este contexto, las publicaciones específicas del sector, aportan los distintos puntos de vista y conocimientos de clientes y proveedores. Es indiscutible el papel que ha jugado CARBUROL, manteniendo durante estos 25 años, una información independiente y de rigurosa actualidad.



Dario Goy
Director Gerente
Tokheim Services

CARBUROL ha sido durante estos 25 años la publicación que encontrábamos encima de la mesa de la oficina de cada estación. Son cientos de números en los que ha ido fluyendo la historia del sector. Un orgullo para AguayoAbogados haber estado presente desde sus inicios.



Mariano Aguayo
www.aguayoabogados.es

Nuestro sector ha hecho posible que el mundo alcance los niveles de bienestar y comodidad que conocemos en la actualidad y todos debemos sentirnos orgullosos por ello, especialmente en estos tiempos difíciles en los que parece que todo lo bueno que hemos aportado tiende a olvidarse. CARBUROL ha jugado un papel primordial y ha sido punto común de operadoras, propietarios de estaciones de servicio, instaladores, fabricantes... felicidades y, sobre todo, gracias.



Gustavo Mezquita Santos
CEO
AlterEco

Desde vuestro nacimiento caminamos juntos, por eso queremos felicitarnos por estos 25 años que nos habéis dado de información, educación y entretenimiento. Enhorabuena por ser un punto de referencia en el sector, haciendo un periodismo profesional y honesto.



Antonio Costales Lopez
Director Comercial
Talleres Ángel Torres

Felicitaciones en su 25 aniversario por todas las metas alcanzadas y por mantenernos siempre informados de la actualidad de nuestro sector. Su labor es importante para todos y les animo a continuar con su labor a pesar del momento tan complicado que vivimos en que los presupuestos publicitarios de las empresas han sufrido ajustes importantes. Feliz aniversario para todo el equipo que forma parte de su compañía.



Guillermo de Mateo
Director General
Lafon España

El combustible es clave en el desarrollo industrial, sin el cual no habría sido posible haber alcanzado los niveles actuales de bienestar social. El esfuerzo que realizan los empresarios del sector del hidrocarburos en conseguir el equilibrio entre actividad industrial y medio ambiente, se divulga cuidadosamente por la revista CARBUROL.



Alejandro Prados Pecharromán
Gerente
Asistencia Medioambiental
en Suelos

Para Conway es una gran alegría poder felicitarse al equipo de CARBUROL por sus primeros 25 años. Esperamos seguir, durante mucho más tiempo, contando con las noticias del sector y en especial con el espacio dedicado a la tienda.



Raúl Salas
Manager Retail
Conway

En SIGAUS somos conscientes del esfuerzo y la implicación del sector de los carburantes para minimizar el impacto ambiental de sus actividades, y en estos 25 años de andadura, CARBUROL ha dado buena cuenta de ello. Es momento de hacer balance y abordar los retos que quedan por delante, avanzando de la mano, carburantes y aceites lubricantes, para hacer de la reducción de emisiones, la eficiencia en el consumo, y la correcta gestión de los residuos, pilares básicos de una verdadera prevención y protección ambiental.



Eduardo de Lecea
Director General
SIGAUS

Desde Fuel Marketing Consulting queremos felicitar a CARBUROL y a todos los profesionales que trabajan en la compañía, por sus 25 años de éxito en el mercado. Sin duda ha sido desde el principio una referencia de información muy válida para todo el sector y estamos convencidos que seguirá siendo así. Enhorabuena.



Jose Mª Perez-Prat Durban
Socio
Fuel Marketing Consulting



Francesco Favagrossa
Presidente

Cepillos Carlite, F-ACE, Cerdas, Filok, Fielto: tantos tipos de cepillos como tantas filosofías de limpieza del automóvil. En cada producto, la empresa Favagrossa, concentra los resultados de su propia experiencia, ofreciendo actualmente lo mejor que se puede encontrar en el mercado. Elegir Favagrossa es elegir experiencia.

BP Muelle Chico, primera fotolinera en Fuerteventura

La fotolinera de la estación de servicio BP Muelle Chico, en Fuerteventura, permite la recarga de vehículos eléctricos y está alimentada con placas solares. Se trata de la primera fotolinera de la isla y es pionera en España, ya que se trata de una estación de servicio completa que ofrece un suministro energético global.

En concreto, esta estación de servicio cuenta con tres surtidores de combustible para vehículos, un surtidor para embarcaciones y dos puntos de recarga para vehículos eléctricos. La estación de servicio Muelle Chico se incorporó a la red BP en abril de 2015 y durante el último año se han realizado múltiples obras para la instalación de la fotolinera (cambio de surtidores, instalación de placas solares, adecuación de la instalación eléctrica, etc.).

Esta instalación, en su primer año de vida, ha sido una de las treinta y dos estaciones de servicio de la compañía en España galardonada con el Programa Helios que acredita la mejor excelencia operativa.



La estación de servicio BP Muelle Chico es un ejemplo más de la apuesta de la compañía por Canarias y por ofrecer los mayores estándares de calidad tanto en sus estaciones de servicio como en sus carburantes, que incorporan la tecnología Active con millones de moléculas desarrolladas por la compañía para eliminar la suciedad

del motor y que permite reducir un 4 por 100 las emisiones de CO₂ a la atmósfera en cada repostaje en comparación con los carburantes básicos.

Además, la estación cuenta con la oferta completa de BP como el programa Plan DinoBP, un revolucionario programa de fidelización que permite a los clientes de BP e HiperDino disfru-

tar de muchas más ventajas, descuentos y privilegios exclusivos en cada repostaje, incluso hacer donaciones.

Algunas de las ventajas del Plan DinoBP son:

- Por cada 30 euros de compra en HiperDino, consigue 1 euro de descuento en estaciones de servicio BP.
- Por cada 30 euros de repostaje en Estaciones de Servicio BP consigue 1 euro de descuento en HiperDino.
- Por cada litro de combustible, un punto para canjearse por regalos, servicios y cheques de HiperDino de 5 euros.
- Tres céntimos de ahorro por cada litro de combustible en Ahorro MiBP.

El programa de fidelización de BP, pionero en España y con más de diecisiete años de trayectoria, cuenta con más de tres millones de socios en España y es el más valorado del sector según un estudio realizado por TNS sobre la "Eficacia de los programas de fidelización" realizado en enero de 2015. En Canarias, Plan DinoBP se lanzó a finales de 2013 como alianza entre BP e HiperDino y en menos de tres años tiene ya más de 600.000 socios entre los que ha repartido más siete millones de euros entre la oferta de ida y vuelta entre las estaciones de servicio BP y las tiendas HiperDino.

Ballenoil abre una estación completamente domotizada en Madrid

Ballenoil ha inaugurado su nueva estación de servicio en la avenida de Orovilla 22 y 24 en Madrid, completamente domotizada, y que incorpora las más novedosas tecnologías al servicio de sus consumidores.

Al igual que el resto de estaciones, destaca el cuidado de la seguridad, el empleo y el medio ambiente en la nueva instalación de la compañía española.

Al igual que ésta, todas las estaciones de la firma suministradora de combustible *low good fuel* -mejor calidad al mejor precio- están dotadas de sistemas de seguridad y sistema contra incendios, cumpliendo con la normativa, y prestando atención personalizada remota durante las veinticuatro horas de funcionamiento de la estación.

Los productos de las estaciones de servicio de Ballenoil se almacenan en tanques cuyo control y limpieza se realiza de manera periódica, conforme a la normativa de almacenamiento de productos pe-

trolíferos y cuidado del medio ambiente. En este sentido, una empresa homologada acaba de certificar que Ballenoil cumple con las más exigentes certificaciones en materia de tratamiento de biocida en los tanques de gasoil de sus estaciones de servicio. Este agente antimicrobiano líquido asegura la óptima conservación del combustible de hidrocarburos.

Igualmente, existen hojas de reclamación a disposición del cliente. Una de nuestras características es el uso de la tecnología como medio de ahorrar costes y facilitar el servicio a nuestros clientes. Cumplimos, con absoluto rigor, las normas de metrología que permiten calibrar la cantidad del combustible que suministramos; y que, a su vez, compramos a los principales operadores del mercado. Estamos comprometidos con la creación de empleo, y dotar a nuestros empleados de un trabajo estable que les permita conciliación de horarios.

Nuevo punto de BP en Cullera (Valencia)

BP ha inaugurado una nueva estación de servicio en el municipio de Cullera. Esta estación está situada en la Calle Sueca 34 y va a generar cinco puestos de trabajo. La inversión realizada es una muestra más de la apuesta de BP por la Comunidad Valenciana.

La compañía ha reabierto esta estación tras permanecer cinco meses cerrada en los que se ha realizado una reforma integral para adecuarla a los altos estándares de calidad que BP quiere ofrecer a sus clientes.

Además, esta instalación incluye toda la oferta global de productos de la compañía, entre los que destacan los nuevos carburantes BP con tecnología Active, que eliminan la suciedad del motor y ayudan a recorrer hasta 56 kms.* más por depósito, así como el programa de fidelidad Mi BP que permite a los usuarios disfrutar de privilegios, descuentos y regalos exclusivos y ahorrar desde el primer repostaje.

La reapertura de esta estación de servicio reafirma el compromiso a largo plazo de BP con la Comunidad Valenciana y en concreto, con Valencia, donde ya suma 46 estaciones de servicio.

Álvaro Granada, director de la Red de Estaciones de Servicio de BP, ha mostrado su "satisfacción por la reapertura de esta estación de servicio

en la Comunidad Valenciana", que acoge el principal activo de la compañía en España con la Refinería de Castellón, una de las principales empresas de la región. "Esto no sólo nos permite acer-

Galp inaugura una nueva estación de servicio en Avilés



Galp inaugura una nueva estación de servicio en Avilés, ubicada en la Carretera AS 17, Los Campos -Corvera-Asturias. Se trata de un emplazamiento privilegiado, ya que comunica la ciudad con el centro de la región y con la red de autovías nacionales a través de la AS-327. Su ubicación es de alto valor estratégico empresarial, ya que está muy próxima a importantes núcleos industriales de Asturias, como los polígonos de Cancienes y Tabaza, así como a fábricas

siderúrgicas como la de Arcelor y químicas, como la de Dupont.

La nueva gasolinera Galp Avilés Los Campos es una estación de servicio urbana y de gestión propia. La estación ofrece, además de carburante, tienda propia y servicio de lavado y aspirado de última generación. Entre estos equipamientos, destacan los sistemas de lavado automático y manual "Jet Wash".

Actualmente, la compañía cuenta con una red de estaciones muy amplia, con más de 580 estaciones de servicio.

car a más usuarios nuestra oferta de productos y servicios, sino que ratifica

además nuestra apuesta por el desarrollo de la zona", añadió Granada.



Productos y equipamiento para los procesos de carga y descarga de camiones cisterna

Mangueras
Acoples
APIS

Accesorios
Válvulas
Sensores

Distribuidores oficiales de:



y otras compañías de referencia del mercado

Naler Estudios y Proyectos

C/ Viena 7- A | 28232 - Las Rozas (Madrid)
Tfn. 91 634 71 55 | Fax. 91 639 72 92
info@naler.net | www.naler.net



El consumo de carburantes creció un 3,2 por 100 hasta febrero

La demanda global de carburantes –gasolinas auto más gasóleo A– se elevó a 4,11 millones de toneladas en el primer bimestre del año en curso, que es un 3,2 por 100 superior a la del mismo periodo de tiempo de 2015, con aumentos tanto en gasolinas como en gasóleo auto.

Gasolinas

La demanda global de las gasolinas de automoción se elevó a 694.854 toneladas en enero-febrero del año en curso, con un aumento del 2,4 por 100 sobre la demanda del mismo periodo de tiempo del año pasado. El consumo de gasolina de calidad eurogrado fue en los dos primeros meses de 642.778 toneladas, con un aumento del 2,0 por 100. En cuanto a la gasolina de 98 octanos, el consumo en ese periodo fue de 52.053 toneladas, con tasa positiva del 7,9 por 100.

En cuanto a febrero, el consumo total de gasolinas se eleva a 353.038 toneladas, un 8,7 por 100 más que en el mismo mes de 2015. El consumo de gasolinas de 95 octanos fue de

Ventas de gasolinas y gasóleos en España (en miles de toneladas)						
Productos	Febrero 2016	Febrero 2015	Variación 16/15 (%)	Enero-febrero 2016	Enero-febrero 2015	Variación 16/15 (%)
95 octanos	326	301	8,4	643	630	2,0
98 octanos	26	24	12,2	52	48	7,9
Bioetanol	0	0	≠	0	0	≠
Mezcla	0	0	14,0	0	0	140,0
Total gasolinas	353	325	8,7	695	679	2,4
Gasóleo A	1.762	1.633	7,9	3.417	3.306	3,3
Biodiésel	0	0	0,0	1	0	7.471,4
Biodiésel mezcla	2	1	119,0	3	2	43,0
Subtotal gasóleos A	1.764	1.634	8,0	3.421	3.309	3,4
Gasóleo B	361	370	-2,2	696	769	-9,5
Gasóleo C	241	288	-16,3	488	599	-18,5
Otros gasóleos	142	169	-15,6	305	399	-23,5
Total	2.509	2.461	2,0	4.909	5.075	-3,3

Fuente: Boletín Estadístico de Hidrocarburos (Cores). Elaboración propia

326.472 toneladas, un 8,4 por 100 superior al de febrero del año precedente, mientras que el de la gasolina

de 98 octanos se elevaba a 26.542 toneladas, un 12,2 por 100 más que en el mismo mes del año pasado.

Ligero retroceso del consumo de productos petrolíferos

El consumo de productos petrolíferos en España se elevó a 9,00 millones de toneladas en el primer bimestre del año en curso, lo que representa un descenso del 1,1 por 100 respecto al mismo periodo de tiempo de 2015.

En esos dos primeros meses, se registran aumentos en el consumo de

gasolinas, querosenos y fueloiles, y descensos en GLPs y gasóleos.

Por lo que se refiere al mes de febrero, el consumo se elevó a 4,52 millones de toneladas, cifra un 2,8 por 100 a la del mismo mes de 2015, con aumentos en todos los grandes grupos de productos, salvo los gasóleos.

Consumo de productos petrolíferos en España (en miles de toneladas)				
Productos	Febrero 2016	Variación 16/15 (%)	Enero-febrero 2016	Variación 16/15 (%)
GLP	188	0,8	373	-0,1
Gasolinas	342	5,2	695	2,4
Querosenos	387	9,8	746	4,6
Gasóleos	2.400	-2,5	4.909	-3,3
Fueloiles	740	20,0	1.388	2,0
Otros productos	452	1,7	888	-0,7
Total	4.518	2,8	9.000	-1,1

Fuente: Boletín Estadístico de Hidrocarburos (Cores)

Los precios de los carburantes están algo más altos que a comienzos de año

Después de varias semanas de aumentos consecutivos después de los cuales los precios se situaron al borde de los máximos anuales, éstos han registraba al cierre de esta edición ligeros descensos de forma generalizada en la práctica totalidad de la red española de estaciones de servicio.

Con los nuevos precios, llenar un depósito medio de gasóleo A (50 litros) costaba a mediados de mayo 50,50 euros, frente los 50,58 euros que costaba la semana anterior; en el caso de la gasolina, el depósito medio costaba 57,90 euros, frente los 58,31 euros que costaba una semana antes.

La tendencia nacional de los últimos 30 días indica que el gasóleo A ha incrementado su precio medio de venta al público en 4,6 céntimos por litro (un aumento del 4,8 por 100) y la gasolina ha incrementado su precio medio de venta al público en 1,5 céntimos por cada litro (con un incremento del 1,3 por 100). Con estos datos, se mantiene la tendencia de precios en este indicador mensual con respecto a la semana anterior en el caso tan-

to de la gasolina como del gasóleo A. Con los datos que muestran los monolitos, es de destacar que el gasóleo A cuesta un 3,9 por 100 más que a comienzos del año 2016, momento en el cual fijaba su precio en 0,973 euros por litro, y también refleja un 16,6 por 100 menos que en la misma semana del año anterior, cuando el precio de este combustible se situaba en los 1,213 euros por litro.

En cuanto a la gasolina, este combustible cuesta ahora un 1,4 por 100 más que el 1 de enero de 2016 cuando marcaba un precio de 1,142 euros por litro, y un 12,0 por 100 menos que en la misma semana del año anterior en la que el precio se fijaba en 1,322 euros por litro.

Estos datos reflejan que, transcurrida la primera quincena de este mes de mayo, la tendencia de los precios de carburantes con respecto a los precios manejados en el mes de abril ha sido al alza en el caso tanto de la gasolina como del gasóleo A. Este mismo indicador, hace un año, mostraba también tendencia al alza en ambos productos.

Precios medios estimados de los carburantes en las principales comunidades autónomas (semana del 16 al 22-5-2016; en euros/litro)				
Comunidad autónoma	95 octanos	98 octanos	Gasóleo A	Gasóleo A especial
Andalucía	1,182	1,312	1,020	1,101
Asturias	1,195	1,316	1,038	1,108
Cataluña	1,133	1,254	0,994	1,064
Castilla-La Mancha	1,178	1,305	1,030	1,112
Castilla y León	1,163	1,304	1,007	1,096
Extremadura	1,169	1,297	1,018	1,096
Galicia	1,201	1,323	1,052	1,119
Madrid	1,156	1,285	1,012	1,080
Valencia	1,168	1,305	1,012	1,092

El saldo neto exportador de productos petrolíferos se mantiene en niveles moderados

En el primer bimestre del año en curso, se incide en el saldo neto exportador de la balanza comercial de productos petrolíferos, aunque siga siendo a un ritmo muy moderado, pues fue de 131.000 toneladas, frente a un saldo neto importador de 43.000 toneladas del mismo periodo de 2015.

Por lo que se refiere a las importaciones, en enero-febrero se elevaron a 3,01 millones de toneladas, lo que supone un aumento del 7,2 por 100 respecto del año precedente, mientras que las exportaciones eran de 3,14 millones de toneladas, en este caso un 6,4 por 100 más.

En ese primer bimestre destaca que todos los grandes grupos de productos vieron aumentar sus compras en el exterior, con la excepción de los fueloiles, mientras que en el caso de las exportaciones también es un solo grupo el que descienda, aunque en este caso se trate de los GLPs.

En cuanto a febrero, en las importaciones hay un par de variaciones respecto del acumulado, pues aquí aumentan los fueloiles y descienden los querosenos, mientras que en las exportaciones, en el segundo mes del año descienden los GLPs, pero también los querosenos.

Comercio exterior de productos petrolíferos (en miles de toneladas)				
Productos	Febrero 2016	Variación 16/15 (%)	Enero-febrero 2016	Variación 16/15 (%)
<i>Importaciones</i>				
GLPs	61	7,0	198	61,0
Gasolinas	12	100,0	20	53,8
Querosenos	118	-4,1	237	1,3
Gasóleos	411	16,4	1.044	19,2
Fueloiles	408	7,4	825	-6,0
Otros productos	329	19,2	683	0,3
Total	1.339	12,1	3.007	7,2
<i>Exportaciones</i>				
GLPs	23	-36,1	50	-5,7
Gasolinas	415	37,4	700	0,7
Querosenos	15	-76,9	100	42,9
Gasóleos	361	15,3	782	8,8
Fueloiles	176	170,8	369	29,9
Otros productos	458	-10,9	1.137	0,8
Total	1.448	11,8	3.138	6,4

Fuente: Boletín Estadístico de Hidrocarburos (Cores)

Istobal, galardonada con el Premio a la Excelencia de Unión Profesional

Istobal, grupo valenciano especializado en el diseño, fabricación y comercialización de soluciones de lavado para la automoción, ha sido galardonada con el Premio a la Excelencia en la categoría de Internacionalización que otorga la Unión Profesional de Valencia.

El director general de Istobal, Rafael Tomás, recogió el galardón durante la gala de entrega de estos premios que tuvo lugar en el edificio del Reloj de la Autoridad Portuaria de Valencia.

El jurado de la I edición de los Premios Excelencia de Unión Profesional de Valencia ha reconocido así la excelencia internacional de esta empresa familiar valenciana, destacándola como referente exportador y dinamizador de nuestra sociedad.

Durante la entrega de estos premios, el director general de Istobal agradeció el reconocimiento y destacó la internacionalización como un factor primordial para el crecimiento y posicionamiento de las empresas. Para Rafael Tomás, “la innovación y la apertura de nuevos mercados deben ser la base del crecimiento empresarial” y ha animado a las empresas “a salir al exterior y a asumir nuevos retos para adaptarse a las necesidades del mercado”.



Repsol reconoce la labor de Istobal

Por otra parte, Istobal ha sido galardonada con el primer premio en la categoría de “Empresas que han implantado importantes mejoras en temas de seguridad”, en la edición 2015 de los Premios Repsol. De este modo, la petrolera reconoce el compromiso de la compañía valenciana por la seguridad en todos los ámbitos y facetas de su actividad.

Tamoil apuesta y moderniza su concepto “mywash”

Dentro del plan de actualización del negocio *non oil*, Tamoil, ha reforzado su oferta de servicios “mywash” en las actuales instalaciones con áreas de lavado de su red de estaciones de servicio, introduciendo novedades técnicas al equipamiento tanto de sus puentes de lavado como de sus lanzas de presión.

Con la presencia actual del concepto “mywash” en más de una decena de estaciones de servicio, Tamoil, con la ayuda de los principales proveedores del sector del lavado, modernizará de forma gradual tanto el equipamiento, como los servicios ofrecidos en sus centros de lavado instalados en el resto de sus estaciones de servicio situadas en Andalucía, Cataluña y Valencia.

Este concepto, basado en la incorporación de gran variedad de servicios para la limpieza de vehículos, alberga zonas de lavado con equipos tanto manuales como automáticos, zonas de aspirado cubiertas y limpieza de alfombras que permiten ampliar significativamente el servicio para el cuidado de vehículo.

Asimismo, los clientes podrán disfrutar de continuas promociones en estas áreas de lavado, renovadas con las últimas innovaciones tecnológicas, que proporcionarán a sus vehículos un binomio calidad- precio muy ventajoso.

Primer aniversario de la colaboración entre Pilses y Flowey

Pilses, trabaja desde 1968 con el sector de la industria del metal y la automoción, dando un servicio integral a las empresas de Galicia de manera especial, aunque también dispone de productos para la venta a nivel nacional.

Dispone de dos secciones totalmente diferenciadas, por una parte el sector metal-mecánico y por otra parte la automoción.

En el sector metal-mecánico, dispone de las marcas más reconocidas del mercado, y la mayoría en calidad de distribuidores exclusivos o importadores de todo lo necesario para equipar un taller de mecanizado, calderería, soldadura, carpintería metálica, talleres de mantenimiento, etc. Lo mismo que en automoción, disponemos de todo lo necesario para montar un taller de mecánica, chapa y pintura y servicios rápidos, servicio de neumáticos, lavado y engrase, etc.

Además de las máquinas necesarias para el equipamiento de las in-

dustrias indicadas, realizamos el equipamiento de las mismas, así como la puesta en marcha, mantenimiento y reparación con nuestro departamento de servicio técnico.

El día 20 de mayo de 2015, Pilses inició la relación como distribuidores exclusivos de Flowey y, por tanto, celebra por estas fechas el primer aniversario, gratamente sorprendidos, en palabras de J. Ramón Neira Olivé, su director comercial, “por la aceptación que está teniendo toda la gama de productos Flowey entre nuestros clientes”.

Pilses trabaja toda la gama de producto, tanto en industria como en automoción y con unos niveles de calidad, que superan todas sus expectativas y las de sus clientes.

Para celebrar este primer aniversario, Pilses está incorporando un nuevo Técnico-Flowey a los cinco comerciales ya existentes. Con ello, pretende reforzar aún más la parte técnica y de for-



mación, tanto a sus comerciales como a sus clientes.

Neira Olivé agradece a Flowey “haber confiado en nosotros, pero sobre todo a nuestros clientes, que nos confirman la calidad del producto con cada nuevo pedido, y sin olvidarnos de los técnicos y comerciales de Pilses, o el apoyo incondicional por parte de Flowey, a través de su director comercial, Pablo Juárez, que siempre está dispuesto para el apoyo comercial y la formación técnica”.

FLEX5

DISEÑADO PARA **TRANSFORMAR** EL MUNDO DEL LAVADO

Transforma tu máquina de **3 a 5 cepillos** en menos de **24 horas.**

Descúbrela en **UNITI EXPO**
Del 14 al 16 de junio
En Stuttgart (Alemania)
Pabellón 1, stand I60

Ver vídeo

ISTOBAL S.A. Avda. Conde del Serrallo, 10 • 46250 L'Alcúdia (Valencia)
T +34 962 997 940 • istobal@istobal.com • www.istobal.com

ISTOBAL
Automotive Cleaning Solutions

Instalación del Grupo Megino-Washtec en Atalayuela-Vallecas



WashTec como proveedor exclusivo del Grupo Megino, con el emblema Áreas 365, ha instalado en la estación de servicio Cepsa en la carretera de Villaverde a Vallecas 248

la más completa y espectacular área de lavado de la Comunidad de Madrid. Un impresionante túnel de lavado con el espectacular frontal Smart con indicación luminosa del programa selec-



cionado, sistema de lavado con agua a alta presión y la novedad de la aplicación de la cera "anti lluvia" Raintecs, cinco boxes en autoservicio con siete programas de funcionamiento y una completa

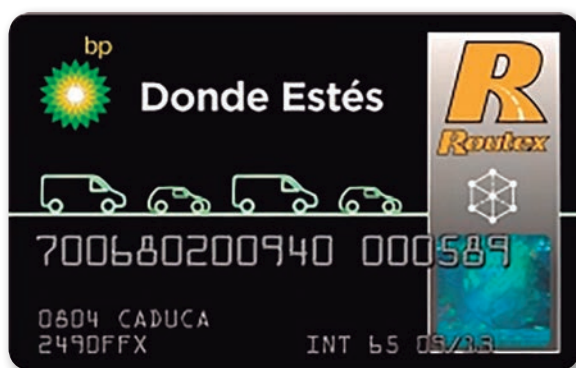
área de accesorios como aspiradores, limpia alfombrillas más el tratamiento completo de las aguas y sistema de reciclaje conforman la mejor instalación lavado de vehículos de Madrid.

marketing

Nueva tarjeta de BP para empresas con flotas de vehículos ligeros

Bp ha lanzado en los últimos días una nueva tarjeta para el repostaje de carburante destinada fundamentalmente a empresas con flotas de vehículos ligeros. Con el nombre de "BP Donde Estés", este nuevo medio de pago y fidelización supone una alternativa para al sector de flotas ligeras. La compañía pretende con el lanzamiento de la nueva tarjeta triplicar su cobertura de aceptación gracias a una serie de mejoras en su oferta.

La tarjeta, que podrá ser usada en cerca de dos mil estaciones de servicio adheridas de las redes de BP y de Cepsa distribuidas por toda la Península Ibérica y Baleares, ofrece una amplia cobertura nacional, una característica demandada por el segmento del mercado al que va dirigida. La compañía señala que la nueva tarjeta forma parte del programa de fidelización "Mi BP", que facilitará a los conductores de los vehículos de flota el acceso a uno de



los programas líderes en el mercado. Asimismo, los usuarios de "BP Donde Estés" contarán con una serie de privilegios exclusivos especialmente pensados para ellos: descuentos en hoteles, restauración, aparcamientos, taxi y otros muchos.

El objetivo del lanzamiento de "BP Donde Estés" es ofrecer una alternativa dirigida a los profesionales, completando la oferta de servicios existente y dando respuestas a las necesidades de un colectivo con un peso importante dentro de nuestro sector.

Campaña de Disa "Prepárate para vivir nuevas experiencias"

Del 26 de abril al 19 de junio de 2016 si el cliente reposta 20 litros o más de cualquier carburante y pasas tu tarjeta de Tu Club DISA, entra en el sorteo de ocho viajes en destinos internacionales llenos de encanto como Madeira, Lisboa, Marrakech o Isla de Sal. Además, 14 Experiencias en Canarias con actividades típicas de cada zona en Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife, El Hierro, La Go-



mera y La Palma que se notificarán en el ticket de puntos de Tu Club DISA de las tarjetas premiadas.

Disa sortea un Opel Corsa entre los socios de Tu Club Disa esta primavera

Tu Club Disa sortea esta primavera entre sus socios un Opel Corsa. Participan en este sorteo todos los repostajes de 20 litros o más registrados en la red de estaciones de Disa o Shell en Canarias entre el 26 de abril y el 19 de junio, ambos inclusive. Se trata de un atractivo premio con el que TCD pretende agradecer a sus clientes la fidelidad que demuestran a los productos y los servicios que se prestan en la red de estaciones de servicio más amplia de Canarias, la única que cuenta con presencia en todas las islas para garantizar el suministro de combustibles a todos los habitantes de Canarias.

El sorteo de este vehículo, que se realizará ante notario el 24 de junio,

será el premio final, pero Tu Club Disa también repartirá entre sus socios 22 experiencias de ocio en destinos locales e internacionales, gestionadas por CanariasViaja.com.

Estas escapadas se asignarán como premios inmediatos. Cada vez que una persona reposte en estaciones Disa o Shell 20 litros o más, tendrá la oportunidad de ser agraciada con una de estas escapadas. Tan sólo tendrá que pasar su tarjeta de puntos TDC y comprobar en su ticket de puntos si ha resultado agraciado.

Concretamente, 14 socios de Tu Club Disa disfrutarán de una escapada de fin de semana en Canarias.

Cascos exclusivos "Tamoil- Bultaco Classic Team"

Debido al éxito de la primera edición, Tamoil España ha decidido prorrogar la campaña promocional "Consigue un magnífico casco" para responder a la demanda de la actual cartera de clientes.

De igual manera, Tamoil hace un llamamiento a todos aquellos clientes que quieran disfrutar de sus excelencias en los distintos servicios oil & non oil, motivo por el cual tiene diseñado un calendario de campañas promocionales con importantes regalos y sorteos que se realizarán a lo largo del año en cada una de las ees que componen su red.

Este calendario comenzó el pasado 21 de marzo con la opción de obtener un casco exclusivo Tamoil-Bultaco Classic Team, en aquellas estaciones de servicio adheridas a la promoción, la cual ha sido prorrogada ante el clamor popular.

Todo tipo de clientes podrán ser partícipes de esta fantástica promoción sin tener que renunciar a las ventajas y descuentos que disfruten actualmente a través de las tarjetas corporativas "Tamoil Club" con un descuento inmediato y a través de la "Mycard" con un descuento a final de mes respectivamente.



Asimismo, estas acciones promocionales forman parte del plan de desarrollo & expansión que Tamoil ha iniciado este 2016, con el objeto de aumentar su presencia y cuota de mercado en la franja mediterránea de la península ibérica.

APPA Biocarburantes solicita la prórroga urgente de la asignación de cantidades de producción de biodiésel

Ante la inminente finalización del período de asignación de cantidades de producción de biodiésel iniciado en mayo de 2014, APPA Biocarburantes ha solicitado a la Secretaría de Estado de Energía del Ministerio de Industria, Energía y Turismo que apruebe de manera urgente la prórroga de la actual asignación por otros dos años adicionales, tal como expresamente le permite la legislación vigente. “Esta medida resulta fundamental para que la industria española del biodiésel pueda consolidar la mejoría experimentada estos últimos años, afianzar su competitividad, mantener el empleo y contribuir a la diversificación energética y a la protección del medioambiente”, asegura Óscar García, presidente de APPA Biocarburantes.

La puesta en marcha de la asignación de cantidades de biodiésel, señala APPA, ha tenido un efecto claramente beneficioso para la industria española de biodiésel, que ha visto aumentar desde entonces su producción, su cuota de mercado y su ratio de actividad. Ello le ha permitido incrementar su aportación a la riqueza nacional y a la generación de empleo.

La medida solicitada estaría en línea con las experiencias de países vecinos como Francia y Portugal, que han utilizado este tipo de mecanismos durante muchos años con el fin de apoyar el desarrollo y consolidación de su industria.

Para APPA, la prórroga de la asignación resultaría especialmente importante para los fines indicados a la vista del elevado riesgo de que los derechos *antidumping* actualmente aplicados

por la Unión Europea (UE) sobre las importaciones de biodiésel procedentes de Argentina e Indonesia se vean reducidos o eliminados en los próximos meses por indicación de la Organización Mundial de Comercio (OMC) o del Tribunal de Justicia de la UE.

“Ello abriría de nuevo la puerta a masivas importaciones desleales procedentes de ambos países, que pondrían otra vez en peligro la supervivencia de la industria española”, asegura García. La prórroga de la asignación permitiría cubrir totalmente este riesgo, así como el de otras posibles distorsiones competitivas que pudieran aparecer en el mercado.

Este sistema ha demostrado además ser perfectamente compatible con el mantenimiento de un mercado competitivo y plural de biodiésel en España.

añadiendo que aún espera “la derogación formal de esta medida por parte del Gobierno español”.

Si bien la medida de España pone fin a un conflicto que se prolongó por cuatro años entre ambos países, no permite la entrada del biodiésel argentino en la UE debido a los aranceles que aún rigen sobre las importaciones de ese combustible provenientes del país sudamericano.

En marzo, la Organización Mundial de Comercio (OMC) falló a favor de varias reclamaciones de Argentina contra los aranceles anti *dumping* de la UE, aunque la decisión del panel de disputas de la OMC podía ser apelada por ambas partes.

Sentencia confirma que las petroleras no podían obviar que los biocombustibles estaban exentos del impuesto especial

Estudio Jurídico EJASO ha informado de que se ha confirmado judicialmente que las petroleras no podían obviar que los biocombustibles estaban exentos en el impuesto especial sobre hidrocarburos, al calcular el precio de adquisición de sus productos por los revendedores.

Mediante otra reciente Sentencia, se corrobora que la práctica consistente en valorar el coste “Impuestos Especiales”, previsto en la fórmula de cálculo del precio de adquisición en los contratos de reventa, como si todo el producto fuera de origen mineral, supone un grave incumplimiento contractual, debiendo la petrolera indemnizar por el mayor precio abonado por el titular de la estación de servicio.

A fin de evitar confusiones interesadas y muy extendidas en el sector, es importante aclarar que ese mayor coste que se atribuye a los biocombustibles era asumido por el Estado mediante esa menor carga fiscal hasta el 31 de diciembre de 2012, no estando legitimada la petrolera para trasladar el mismo al titular de la estación de servicio.

España suspende las medidas que impedían las importaciones de biodiésel argentino

España ha suspendido las medidas administrativas que impedían la entrada de las importaciones de biocombustible procedentes del país austral, uno de los principales proveedores mundiales, según ha informado la Cámara Argentina de Biocombustibles (Carbio), organización que agrupa a los principales productores de biodiésel del país sudamericano. Los embarques de biodiésel argentino, sin embargo,

aún tienen virtualmente vedado su ingreso a la Unión Europea (UE) debido a los aranceles anti *dumping* que los Veintiocho impusieron a los suministros de biodiésel argentino.

“Carbio ha recibido con satisfacción las gestiones realizadas por la embajada de Argentina en Madrid a los efectos de lograr el levantamiento de las medidas administrativas”, señaló la cámara en un comunicado,



INNOVATION YOU CAN TRUST

UNITI expo

14 > 16
JUNIO
2016



STUTTGART ALEMANIA
¡VENGA A VISITARNOS!

- ▶ SURTIDORES DE COMBUSTIBLE
- ▶ LAVADO AUTOMÓVIL
- ▶ SISTEMAS DE PAGO Y AUTOMATIZACIÓN
- ▶ INGENIERÍA Y SERVICIOS
- ▶ AVIACIÓN Y PUERTOS
- ▶ SOLUCIONES DE ALMACENAMIENTO



www.petrotec.eu

PETROTEC ESPAÑA » CALLE LA GRANJA, 35, 280108 - Madrid - España
T (+34) 916 617 679 | F (+34) 916 621 319 | petrotec@petrotec.es



Mangueras Chemopal, su mejor aliado en la distribución y transporte de productos químicos

En la industria química es imprescindible contar con las herramientas y accesorios mejor adaptados a las condiciones especiales de los productos que se manejan a diario en el sector. Las mangueras Chemopal de Elaflex, cuyo distribuidor oficial en España es Naler Estudios y Proyectos, cumplen con la norma EN 12115 y ofrecen una alta compatibilidad, para más del 75 por 100 de los químicos industriales.

Gracias a su tubo interior de goma de clorobutilo, reforzado con trenzados textiles de acero galvanizado, estas mangueras están indicadas para la distribución de alcalinos, ácidos, acetatos, aldehídos, aminas, ésteres y cetonas; pudiendo ser utilizadas en un rango de temperatura de -40°C a +40°C (dependiendo del medio, consultar condiciones especiales). Además, las mangueras



ChemoPal permiten una fácil limpieza y esterilización con vapor de hasta 150°C durante un máximo de 30 minutos (con ambos extremos abiertos).

La ventaja añadida de estas mangueras es que proporcionan conductividad eléctrica tipo Ω/T , sin necesidad de que los elementos conductivos metálicos tengan que estar conectados a los accesorios de la manguera, con una resistencia eléctrica $< 10^6$ OHM entre extremos, y $< 10^6$ OHM desde el tubo interior a la cubierta a través de la pared de la manguera. Y son aptas para su uso en zonas explosivas 0,1 y 2.

Kia Motors renueva su alianza con Shell en España

La firma automovilística Kia Motors continuará comercializando y recomendando la gama de lubricantes de Shell a través de su red de concesionarios en España, como cliente estratégico, durante los próximos cinco años.

El anuncio supone la consolidación de la relación que iniciaron ambas marcas en 2009 para la distribución y recomendación de lubricantes, tanto en el mercado nacional como en Europa Occidental. La alianza incluye países como Italia, Reino Unido, Francia, Bélgica o Alemania, entre otros.

Más de un centenar de concesionarios y puntos de servicio Kia distribuirán Shell Helix Ultra con tecnología Pure Plus, el único lubricante del mer-

cado fabricado a partir de gas natural y no de petróleo, lo que favorece la reducción del consumo de lubricante y de combustible.

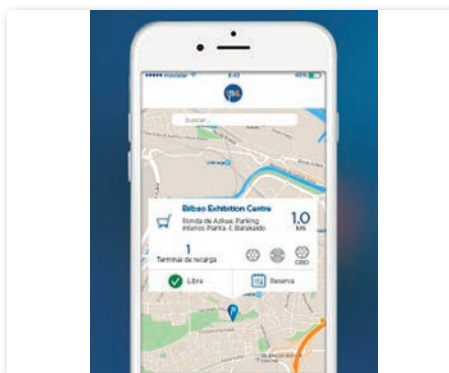
Según la empresa de lubricantes, estos aceites de base sintética permiten disminuir el desgaste y la corrosión y favorecen una menor fricción, con lo que alargan la vida útil del motor.

El director comercial de lubricantes de Shell España, Francisco Esteban, ha indicado que el acuerdo responde a su objetivo de aliarse con las empresas más relevantes del sector automovilístico. "El trabajo realizado hasta el momento garantiza que la relación con Kia continuará siendo exitosa", ha añadido.

Ibil lanza una nueva aplicación móvil

Ibil ha renovado su aplicación móvil para facilitar la recarga de vehículos eléctricos a usuarios y clientes.

La app con nuevo diseño y navegación mucho más intuitiva, está disponible gratuitamente para Android e iOS.



en el surtidor

Avia lanza la nueva generación de carburantes diésel con tecnología power

Avia lanza sus nuevos carburantes diésel de última generación con tecnología power, que permiten un aumento de la potencia del motor, manteniéndolo en perfecto estado de conservación y evitando su corrosión y oxidación. Esta mayor limpieza favorece un menor consumo del motor, evitando gastos de mantenimiento. Por otro lado, son carburantes respetuosos con el medioambiente y generan menos espumas y olor, maximizando la capacidad del depósito.

Los nuevos diésel con tecnología power ya se comercializan en exclusi-

va en las estaciones de servicio Avia y no requieren de ningún tipo de adaptación del depósito, siendo aptos para todos los motores diésel. Sin embargo, sus ventajas sólo se aprovechan al máximo cuando se realiza un uso regular de los mismos.

Este lanzamiento pone una vez más de manifiesto la apuesta de Avia por la innovación y el desarrollo de carburantes de última generación de calidad contrastada, concebidos para mejorar las prestaciones de los motores y reducir el consumo del vehículo.

Detección temprana de fugas al medioambiente La importancia de saber que todo va bien



Kristina Aguilar Fernández
Jefe Servicios CEI, Fullgas
Santiago Ramas López
CEO-Fundador, SST

Fullgas lleva 25 años aportando soluciones innovadoras con un alto componente tecnológico para proporcionar ahorros y protección ambiental a sus clientes. Con ese mismo espíritu lanza al mercado el sistema desarrollado por la empresa española Smart Sensor Technology (SST) compañía experta en la detección temprana de fugas que afectan al medioambiente mediante tecnología inalámbrica. La tecnología innovadora permite, a un coste muy asequible, monitorizar cada día el subsuelo de la estación y detectar de forma rápida la presencia de contaminación.

En este artículo Kristina y Santiago explican las ventajas de esta tecnología revolucionaria respondiendo a las dudas más frecuentes.

Existen numerosos sistemas para evitar que se produzcan fugas por ejemplo los tanques y tuberías de doble pared y cubetos de contención. Otros sistemas alertan en tiempo real la existencia de una posible fuga como el sistema de Control Estadístico de Inventarios (CEI). Pero incluso utilizando todos ellos a la vez, existe la posibilidad de afectar al medioambiente y a terceros con grandes consecuencias económicas.

Por ello, saber que no estamos contaminando el medioambiente se convierte en un seguro de valor incalculable. Saber que todo va bien da tranquilidad. Y detectar rápidamente que algo ha ido mal, permite tomar las acciones necesarias para corregir el problema antes que este tenga graves consecuencias.

Si ya tengo un sistema de prevención de fugas ¿Por qué resulta vital saber si el medioambiente está contaminado?

Tener los sistemas de control de fugas establecidos en la ley, no exime de la responsabilidad ambiental en caso de contaminar. La ley dice bien claro "quien contamina paga". Y los costes pueden llegar a ser muy altos incluso el cierre de la estación, comenta Kristina.

La afección a las aguas subterráneas puede deberse a multitud de situaciones distintas o a una combinación de estas. Desde un vertido superficial, a una fisura en la canalización de aguas pluviales o separador, desde un goteo continuo y prolongado de los manguitos flexibles en los surtidores, fugas muy pequeñas y continuadas en las uniones de las tuberías y/o tanques, etc. Cuando se trabaja con cientos de miles de litros de combustible al año, la posibilidad de tener fugas muy pequeñas y continuadas no detectables es mayor de lo que se puede pensar. Y es que una fuga continuada de tan sólo 1 litro por día, podría traer grandes consecuencias si esta llega al agua subterránea.

¿Qué ocurre si la contaminación llega a afectar el agua subterránea?

"Puede convertirse en la peor pesadilla", afirma Santiago. Si existe una pequeña fuga y está simplemente penetra en el subsuelo (sin llegar al agua) no se movilizará y de forma natural se biodegradará con el tiempo. Pero si el hidrocarburo llega a tocar el agua subterránea, esta movilizará la contaminación extendiéndola llegando incluso a afectar a las parcelas colindantes con la estación. Y cuando alguien detecta olor a gasolina en el pozo de agua de una huerta, en el sótano de una casa o aparecen manchas de combustible en la superficie de un arroyo cercano a la estación de servicio, entonces empiezan los verdaderos problemas.

¿Cómo se pueden evitar estos problemas?

La manera más fácil y económica es monitorizar las aguas subterráneas para detectar la aparición de contaminación lo antes posible. Y es justamente eso lo que ha desarrollado SST y ha merecido el reconocimiento de Sello de Excelencia de la Comisión Europea. El equipo permite monitorizar 24/7 la calidad de las aguas subterráneas alertando al cliente en caso de aparición de contaminación.

¿Qué ventajas tiene este sistema frente a otros?

Hasta ahora, monitorizar el agua subterránea era una acción puntual, completamente manual, cara y con muchos inconvenientes. Los sistemas automáticos eran muy caros y daban muchas falsas alarmas haciendo inviable su utilización.

La tecnología que ha desarrollado SST soluciona todos estos inconvenientes. Básicamente y explicado en forma sencilla, funciona exactamente igual que una alarma inalámbrica de casa, sólo que, en lugar de detectar la entrada de un ladrón, detecta la presencia de hidrocarburos. Permite una monitorización diaria, totalmente automática, sin falsas alarmas y a un coste asequible.

Y la mayor ventaja de todas, es que puede utilizarse como sistema independiente o complementando a cualquier sistema de prevención de fugas o de control de fugas existente. Otros métodos intentan evitar fugas o detectarlas antes de que afecten al medioambiente. Este sistema constituye un complemento que alerta además si alguna fuga, detectada o no, está afectando al agua y puede movilizarse generando un problema importante.



Fullgas y Alma unen fuerzas para una medición fiable de descargas

Fullgas y Alma (Francia) juntan fuerzas para ofrecer un instrumento de medida autónomo para descargas en tanques de combustible en EE SS: el Flexicompt+, un instrumento sencillo y económico que permite leer la cantidad de producto descargado por una cisterna.

El Flexicompt+ es un caudalímetro totalizador que se conecta directamente entre el acople del camión y la manguera de descarga (ver figura 1) indicando: caudal instantáneo, volumen bruto descargado, volumen compensado térmicamente (API) y temperatura media del producto descargado.

Su facilidad radica en el hecho de que es totalmente portátil (pesa en torno a 6 Kg con pequeñas variaciones según los acoples) y de uso muy fácil. Basta con conectar el Flexicompt+ a los acoples existentes (API o Camlock de 3" o 4", G3") y seleccionar el producto. El Flexicompt+ detecta el inicio y el final de la descarga e indica el volumen descargado.

Con un *display* de 7 dígitos indica de manera clara y sencilla (ver figura2). Se pueden programar hasta ocho tipos diferentes de producto lo que lo hace adaptable a cualquier composición y densidad. Por medio de una conexión inalámbrica y un adaptador USB todas las descargas pueden ser transferidas a un ordenador, visualizadas y almacenadas en una planilla Excel. El Flexicompt+ tiene una capacidad de memorizar hasta 99 descargas al día por 1 año.

El Flexicompt+ posee certificaciones ATEX y MID (Directiva 2004/22/EC). Y



Figura 1. Flexicompt+ acoplado a una descarga

está también disponible en versión sin certificación MID. Con una precisión de $\pm 0,1\%$ y repetitividad de $\pm 0,02\%$ el Flexicompt+ atiende todos los requi-

sitos de precisión necesarios para el tipo de medición a que está destinado. El Flexicompt+ es un instrumento importante en la prevención de fraude al alcance de cualquier gestor de EE SS.

Fundada en 1980 Alma tiene más de 35 años de experiencia en medición de hidrocarburos basados en turbinas siendo actualmente líder en sistemas de medición con esa tecnología en Francia y otros países. Alma posee una amplia gama de soluciones también la instrumentación y seguridad de brazos de carga.

Fundada en 1990 y desde entonces desarrollando la distribución con valor añadido, Fullgas ofrece de una completa gama de productos para las EE SS. Desde la boca de descarga hasta el surtidor Fullgas ofrece: tubería, arquetas anti-derrame, valvulería, racores, filtros, bombas aéreas



Figura 2. El Flexicompt+

y sumergibles, sistemas de medición de nivel (sondas) y un largo etc. A nivel de gestión Fullgas tiene su propio *backoffice*, su propio sistema de pago (Viamatic) y ofrece el servicio CEI a más de 1.000 EE SS por toda España a través de su acuerdo con Fairbanks.

Para saber más sobre Flexicompt+ vea el vídeo en YouTube http://www.youtube.com/watch?v=e_ilQjJ9bw o contacte con Fullgas en su web www.fullgas.es e-mail: comercial@fullgas.es.

gestión pyme

Campana de renta 2015: nuevas deducciones familiares

Iñigo Martín
Asesor Fiscal
www.aberley.es

La normativa de IRPF introduce a partir del ejercicio 2015 nuevas deducciones destinadas a minorar la tributación de los contribuyentes con mayores cargas familiares. Al igual que la antigua deducción por maternidad, las nuevas deducciones familiares se configuran como un beneficio fiscal directo puesto que puede solicitarse su abono anticipado.

Las nuevas deducciones familiares vigentes desde 2015 son cuatro: (i) Deducción por cada descendiente con discapacidad; (ii) deducción por cada ascendiente con discapacidad; (iii) deducción por familia numerosa y; (iv) deducción aplicable a personas separadas legalmente, o sin vínculo matrimonial, con dos hijos, siempre que no tengan derecho a percibir anualidades por alimentos.

Como novedad en la aplicación de estas deducciones, cuando dos o más contribuyentes tengan derecho a la aplicación de alguna de las deducciones respecto de un mismo descendiente, ascendiente o familia numerosa, podrá ceder el derecho a la deducción a uno de ellos.

Se aplicarán estas deducciones, entre otros, los contribuyentes que realicen una actividad por cuenta propia o ajena, así como las personas que perciban prestaciones contributivas y asistenciales del sistema de protección del desempleo. La cuantía máxima de deducciones será hasta 1.200 euros anuales por cada una de las deducciones familiares, si bien la deducción por familia numerosa podrá incrementarse hasta 2.400 euros en caso de familia numerosa de categoría especial.



Gama CB

Puentes de lavado para cualquier necesidad

Alta tecnología de lavado de escaso mantenimiento para satisfacer cualquier necesidad gracias a su concepto flexible.

www.karcher.es



KÄRCHER

makes a difference

Porque nos unen muchos años trabajando por el sector

¡Feliz Aniversario!



Gestión avanzada en tiempo real



Expertos en soluciones de movilidad



Línea de Autopagos modulares

 **902 1 13 594**
www.avaloninformatica.com

