



Energía. Los ingresos de la empresa por venta de hidrocarburos aumentaron 22% con el plan de la 4T que la “fortalece” y frena permisos de importación: PetroIntelligence

Pemex gana terreno y controla ya 85% del mercado de gasolina

YESHUA ORDAZ, CIUDAD DE MÉXICO

— La política de la 4T de fortalecer a Pemex y frenar permisos de importación de combustible permite a la empresa controlar ya 85% del mercado de gasolina.

“Si bien 50 por ciento de franquicias no son marca Pemex, sí son estaciones que le compran a Pemex”, destacó el director general de PetroIntelligence, Alejandro Montufar. **PÁG. 22**



La petrolera ha perdido casi 31 por ciento de las estaciones que operaban con su logotipo. **ARACELI LÓPEZ**



Pemex se recupera y ya vende 85% de la gasolina

Presencia. Aunque la empresa del Estado retrocedió hasta 73% del mercado en abril de 2021, para agosto pasado casi tomó control total en combustibles: PetroIntelligence

YESHUA ORDAZ
CIUDAD DE MÉXICO

Con la política actual del gobierno federal de impulsar a Petróleos Mexicanos (Pemex), lo cual incluyó la restricción a la importación de combustibles de privados, la empresa productiva del Estado logró recuperar casi la totalidad del mercado gasolinero de México.

De acuerdo con datos de PetroIntelligence, se puede observar que en abril de 2019 llegó a tener alrededor de 83 por ciento del mercado pero cayó hasta 73 por ciento para abril de 2021; sin embargo, para agosto de 2022, ya tiene casi 85 por ciento de la venta de gasolinas en México.

“Se podría pensar que Pemex perdió porcentaje de mercado pero 85 por ciento del combustible lo vende a nivel país, eso incluye ese casi 50 por ciento de franquicias que no son marca Pemex, son estaciones que le compran a Pemex”, destacó a MILENIO el director general de la consultora, Alejandro Montúfar.

Esto lo menciona porque desde diciembre de 2018 a septiembre de 2022 Pemex perdió casi 31 por ciento de las estaciones de servicio que operaba con su logo, aun cuando realizó ajustes a su proyecto de franquicias; sin embargo, sus ven-

tas en el país viven una situación diferente, pues ante el encarecimiento del petróleo sus ingresos en México subieron 22 por ciento en el mismo lapso.

Un ejemplo es la francesa TotalEnergies, la cual decidió dejar de operar directamente 11 estaciones de servicio con tiendas Bonjour a partir del 29 de diciembre de este año.

“Las estaciones no cerrarán y continuarán operando bajo un nuevo esquema con otras empresas”, indicó la compañía después de que ayer se diera a conocer una carta a proveedores donde informaban la decisión.

En esa misiva firmada por el director RED TotalEnergies México, Farid Benyahia, señaló que el esquema de negocio con el que la empresa llegó al país se tuvo que adaptar a distintas situaciones del mercado; sin embargo, en el último año estos cambios ya no permitieron conseguir los resultados esperados.

“El sector de gasolina fue fuertemente afectado por las nuevas regulaciones del gobierno actual, no se pudo seguir con el desarrollo del proyecto en México y por ello se toma la decisión”, explicó.

Por su parte, la presidenta de la Asociación de Distribuidores y Expendedores de Energía

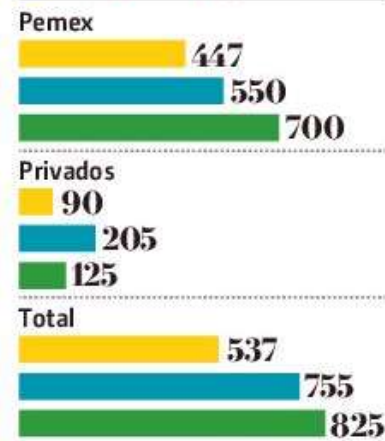
(ADEE), Beatriz Macelino, abundó que los empresarios buscan irse a otras marcas para tener acceso a las comercializadores y así a los descuentos para mayoristas, aunque sea el mismo combustible de Pemex.

“Pemex pierde imagen pero se vende el mismo combustible. Ganó muchísimo porque las comercializadoras compran con ellos por descuentos”, explicó.

Demanda local

Pemex logró fortalecer su presencia en las estaciones de servicio

Cifras en miles de barriles
● Dic-2019 ● Abr-2021 ● Ago-2022



Participación de Pemex



• FUENTE: PetroIntelligence
• GRÁFICO: Luis M. Morales C.