

2^{DO}. COLOQUIO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN PARA EL DESARROLLO.

“GESTIÓN Y GOBERNANZA: ACTORES E INSTITUCIONES”

Una estrategia de suministro de petrolíferos en las áreas rurales del Estado de Veracruz y sur del País.

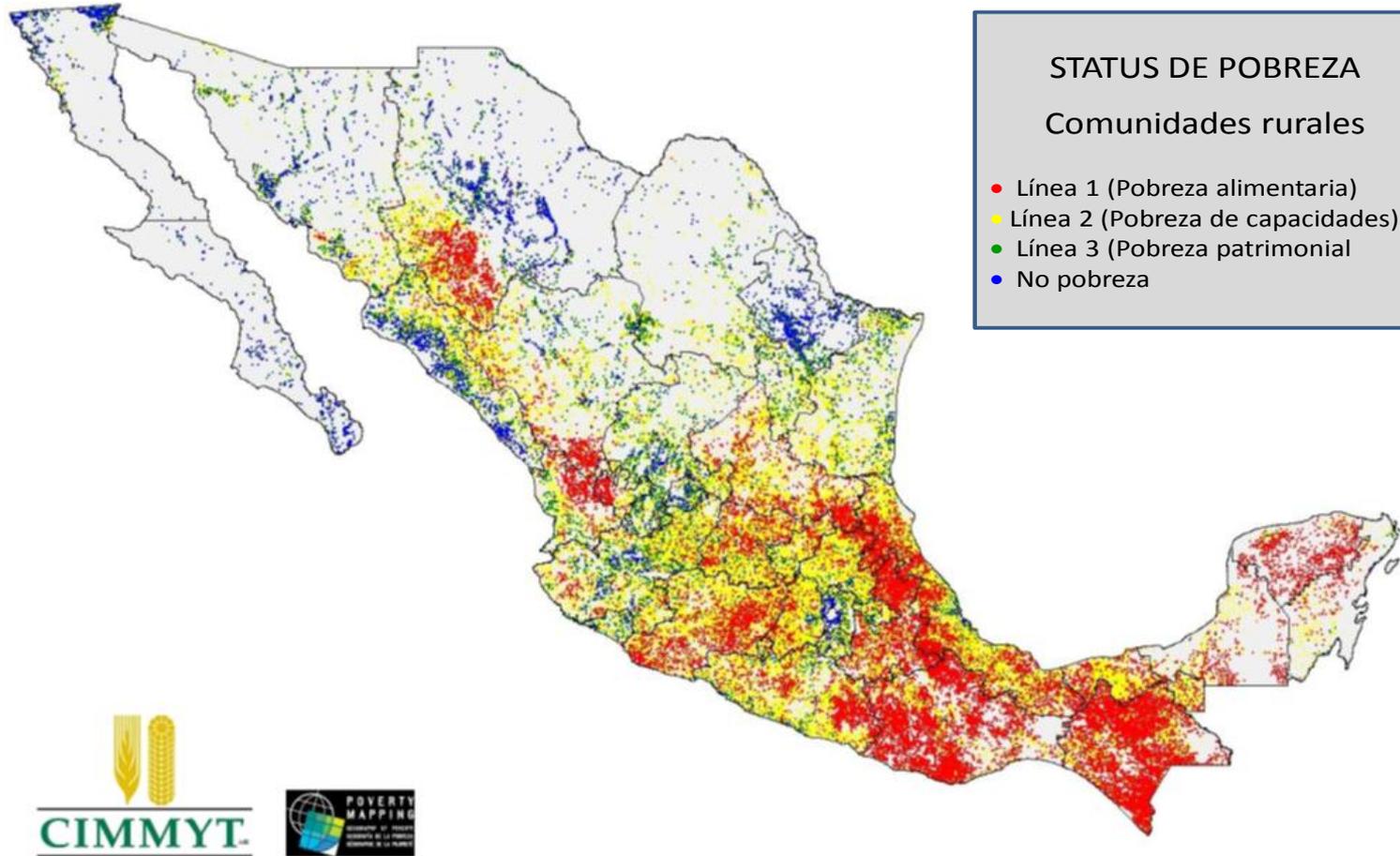
Juan Carlos Perez Garcia
Octubre 2013

La empresa PEMEX surgió como un clamor y una necesidad del pueblo de México; desde su origen fue concebida como una empresa pública. La paraestatal mexicana petrolera creada en 1938, cuenta con un régimen constitucional para la explotación de los recursos energéticos (principalmente petróleo y gas natural) en territorio mexicano para alcanzar los objetivos de mediano y largo plazo en forma congruente con los nacionales.

Sin embargo, los procedimientos de comercialización de combustibles petrolíferos distribuidos por Pemex Refinación se han orientado más hacia áreas urbanas donde la alta actividad económica y un parque vehicular significativo garantizan mayores ganancias para los inversionistas, dejando de lado aquellas áreas rurales donde la población, por sus condiciones de pobreza y marginación, no representa un mercado rentable desde el punto de vista financiero.



Mapa 1.1 Estatus de las líneas de pobreza en México en localidades rurales



Fuente: (Centro Internacional para el Mejoramiento del Maíz y el Trigo, 2012)

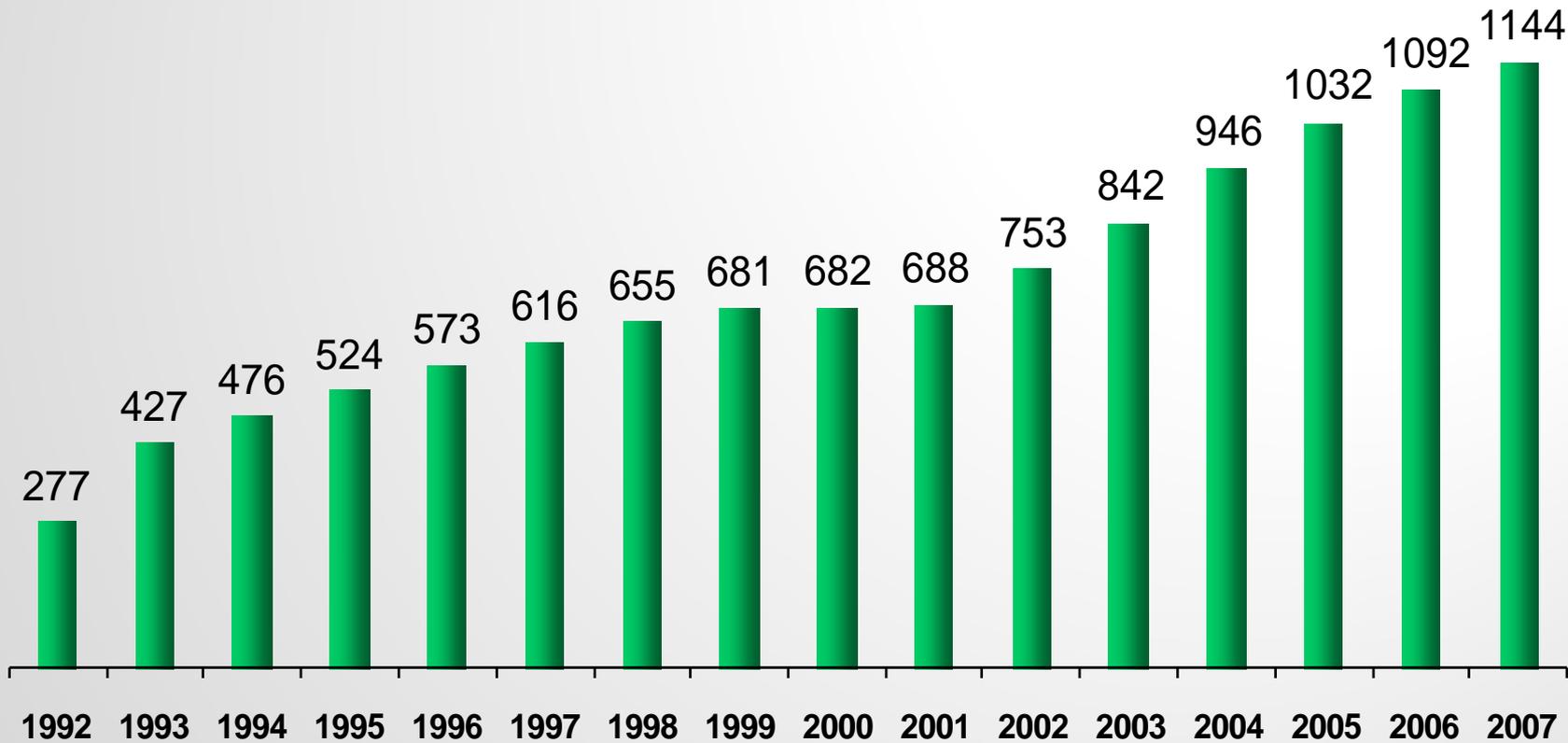
Esta situación ha generado un proceso de desarrollo desigual, donde las áreas rurales enfrentan escasas oportunidades de crecimiento y desarrollo. Dado que Pemex es considerada “palanca del desarrollo” en México, es objetivo de esta investigación:

- 1) Generar una propuesta innovadora de suministro de petrolíferos y concesión de Franquicias Pemex para un mercado mediano y pequeño, localizado en áreas rurales que reclaman el servicio como condición necesaria para su desarrollo.

La Franquicia Pemex se define como un sistema de comercialización mediante el cual Petróleos Mexicanos autoriza a los propietarios de estaciones de servicio a expender, en su nombre, los productos gasolinas y diesel, utilizando su imagen corporativa, marcas comerciales y su tecnología para el manejo de los combustibles gasolinas y diesel; poniendo a su alcance los medios para diversificar la actividad comercial en beneficio de los usuarios.

- En 1992, año en que se llevó a cabo la modernización de las gasolineras, existían 3,200 establecimientos distribuidos en el país. Para el año 2007, se contaban ya con 7,144 estaciones de servicio Franquiciadas que suministraba los combustibles al mercado doméstico, alcanzando en el 2008 el inventario de 8,200 gasolineras.
- En la región Sur, se ha presentado un crecimiento significativo de estaciones de servicio de la Franquicia Pemex, en 1992 se contaban 277 gasolineras, mientras que para el 2007 el número creció a 1,144 concesiones, más cien nuevas empresas que estaban ya en proceso de construcción, alcanzando para el periodo del 2012 el inventario de 1974.

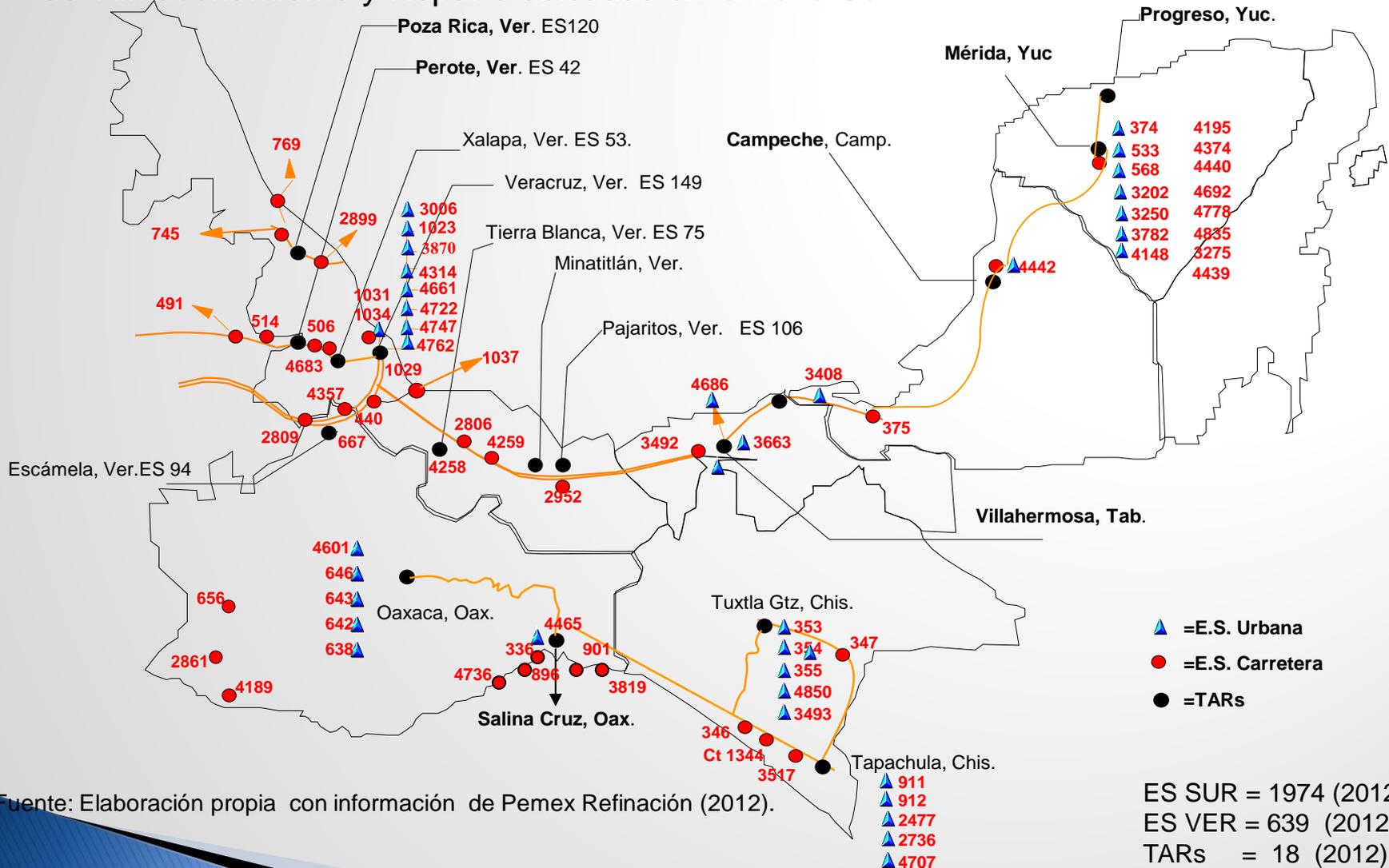
Gráfica 1.1 Crecimiento de estaciones de servicio de la Franquicia Pemex en la Zona Sur.



Fuente: Elaboración propia con información de Pemex Refinación (2012).

- Sin dejar de señalar que tal fenómeno económico obedece también a parámetros no regulados, relacionados con una dinámica económica de acumulación de capital intenso, que explica su sólido posicionamiento en las ciudades.
- Así, la concesión de la Franquicia Pemex se diseñó hacia un único sector: el empresarial, que cuenta con la solvencia económica para la instalación de nuevas estaciones de servicio. No obstante, parece factible no descartar a las localidades rurales a la hora de planear el nuevo desarrollo del país, a la luz de la información del desarrollo regional que ayuda a analizar y explicar las dinámicas de acumulación e interacción entre regiones.

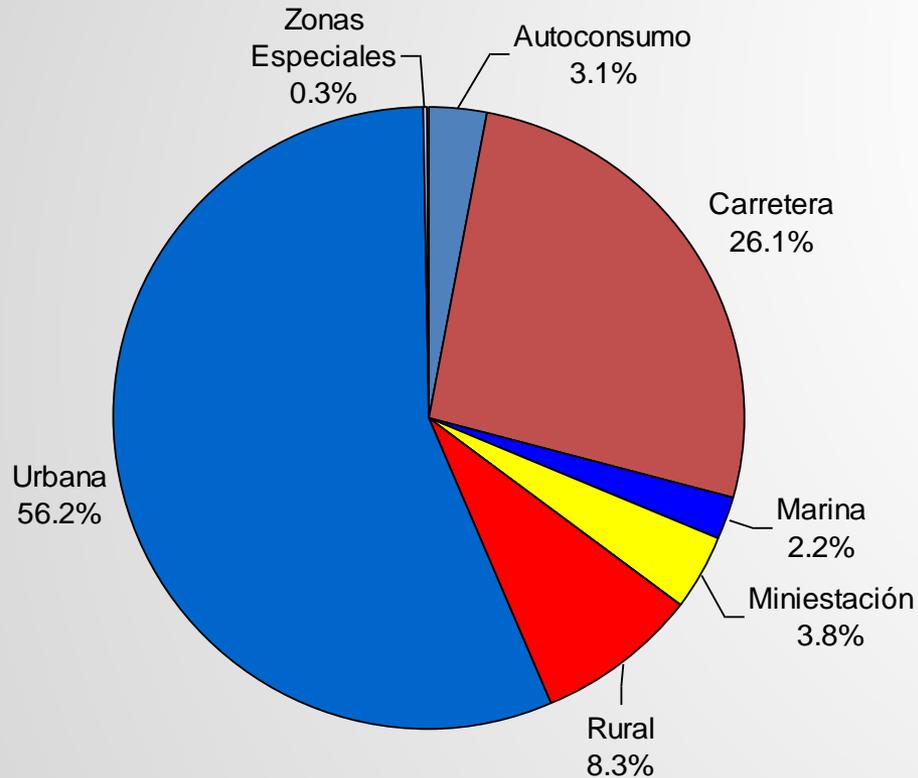
Mapa.1.2. Macro distribución de estaciones de servicio de la Franquicia Pemex y Terminales de Almacenamiento y Reparto ubicadas en la Zona Sur.



Fuente: Elaboración propia con información de Pemex Refinación (2012).

Gráfica1.2. Ventas de Petrolíferos en estaciones de servicio de la Franquicia Pemex en la Zona Sur

Ventas por tipo de ES



Ventas por Tipo de Estación

Productos	%	Miles M3	Millones de Pesos
Pemex Magna	60	4,817	30,025
Pemex Premium	10	835	6,441
Pemex Diesel	28	2,322	12,445
Diesel Marino	2	164	867
Total		8,140	49,778

Fuente: Elaboración propia con información de Pemex Refinación (2012).

- La teoría del desarrollo regional tiene principios teóricos y metodológicos que ayudan a analizar y explicar las dinámicas de acumulación e interacción entre regiones. El estudio de la distribución espacial y desarrollo de las regiones urbanas y rurales, implica la necesidad de diferenciarlas en cuanto a su dinámica, por lo que han surgido una serie de teorías y conceptos.

- Por ejemplo: la “Teoría de los Polos de Crecimiento” de F. Perroux describe el proceso de desarrollo económico, como un proceso que se focaliza o polariza en determinados puntos o nodos espaciales, denominados “Polos de Crecimiento”.

Donde se concentran y se aglomeran sus efectos, en contraposición a las áreas periféricas de las zonas rurales y pequeñas poblaciones pasivas en este proceso, que posteriormente reciben los impulsos o señales del centro, y, en este sentido, aparecen supeditados o dependientes del líder que marca el camino a seguir.

➤ Repensar la estrategia y rediseñar el modelo de las estaciones de servicio formales, a través de una estrategia de innovación en la gestión de la Franquicia Pemex, puede modificar el rumbo hacia las poblaciones rurales. Resulta extraño que el mercado clandestino de los productos petrolíferos si sea rentable en las regiones rurales, que un establecimiento formal, regido y organizado por los lineamientos de la Franquicia Pemex.

2.1.- Las inversiones en la Franquicia de Pemex Refinación.

Para instalar estaciones de servicio según su tipo, el prospecto cliente tendrá la obligación de cubrir a Pemex Refinación diversas cuotas relacionadas con la incorporación a la Franquicia Pemex y su mantenimiento. Los montos de las cuotas se relacionan tanto con el tipo de empresa gasolinera y con el pago de las posiciones de carga, antes de iniciar operaciones se cubren ambos conceptos.

Cuadro 2.1. Costos estimados de terrenos e instalaciones por tipo de estación de servicio de la Franquicia Pemex (2013).

Tipo de Estación de Servicio	Costo Estimado de Instalaciones	Cuota (\$)	
		Franquicia	Posición de Carga
Urbana	\$9,000,000.00	414,000.00	102,300.00
Carretera	\$12,000,000.00	414,000.00	85,100.00
Marina Pesquera	\$11,000,000.00	414,000.00	290,100.00
Marina Turística	\$18,000,000.00	414,000.00	61,500.00
Rural	\$6,000,000.00	414,000.00	98,500.00
Autoconsumo	\$9,000,000.00	414,000.00	146,900.00
Zonas Especiales	\$7,000,000.00	414,000.00	132,100.00

Montos más IVA Franquicia Pemex.

Fuente: Elaboración propia con datos de Petróleos Mexicanos, (2013).

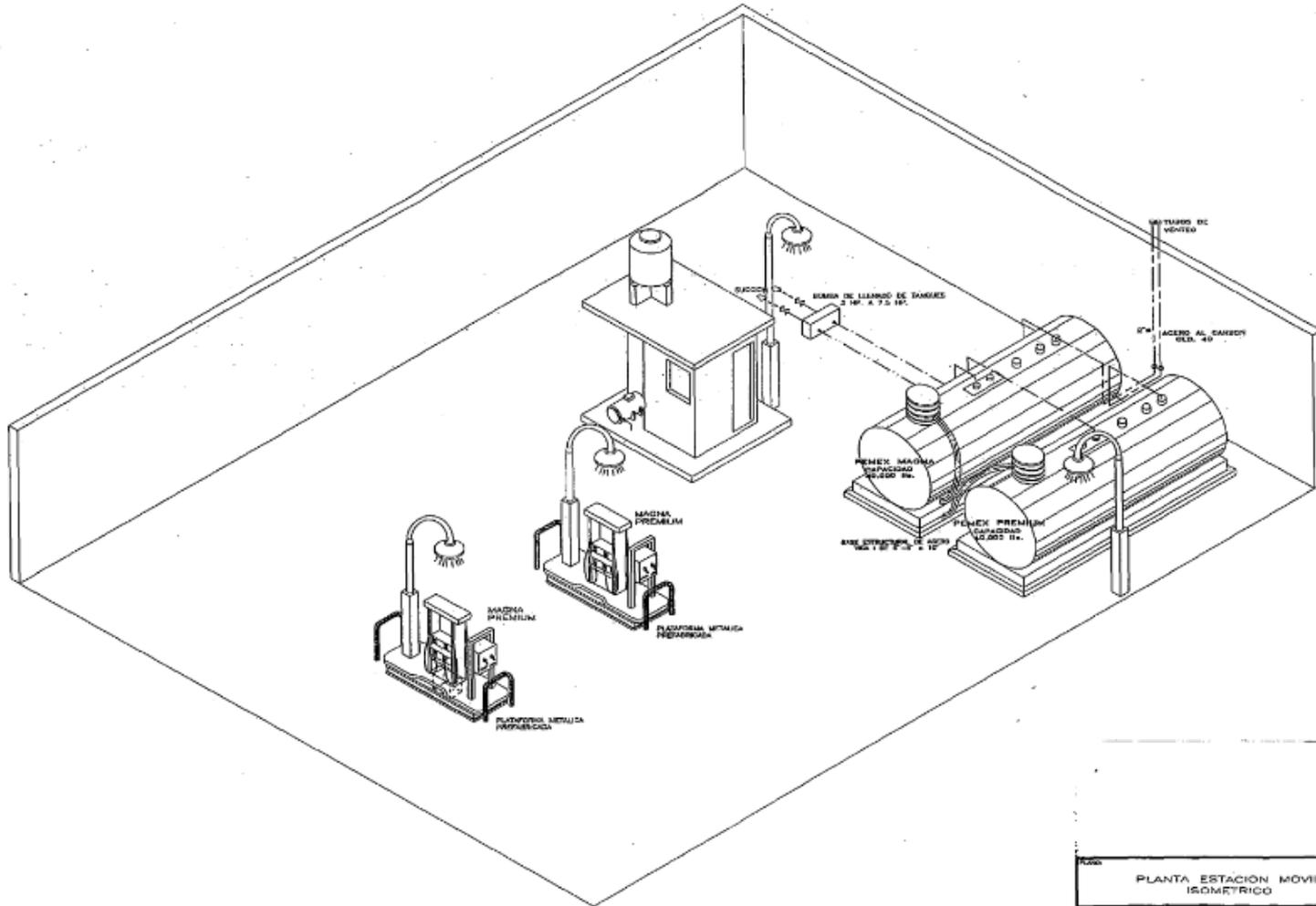
Propuesta Estación de Servicio Móvil.

Cuadro 2.2 Costos estimados del arrendamiento y/o costo del terreno e instalaciones de Estación de Servicio Móvil no Franquiciada.

Tipo de estación de servicio	Arrendamiento/costo estimado del terreno (\$)	Costo estimado de instalaciones	Cuota (\$)	Cuota (\$)
			Franquicia	Posición de carga
Móvil	2,200.00/150,000.00	\$700,000.00	No aplica	No aplica

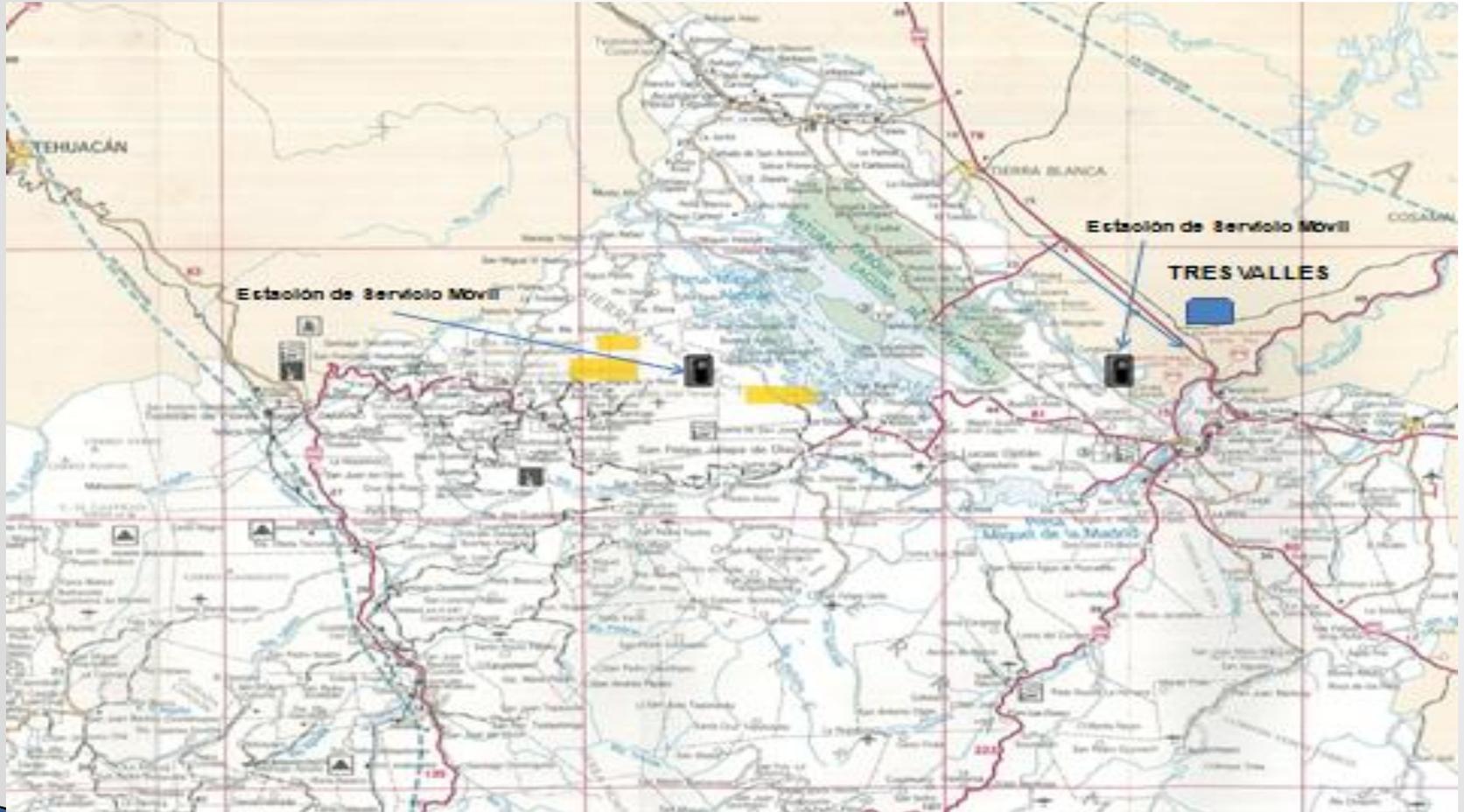
Fuente: Elaboración propia con datos de Petróleos Mexicanos, (2013).

Propuesta Estación de Servicio Móvil



PLANTA ESTACION MOVIL ISOMETRICO			
DISEÑADO POR: ING. JUAN CARLOS PEREZ GARCIA			
VERACRUZ, VER.	FECHA:	BOQA:	Nº PLAN:
		S/ESC.	M-1

Mapa 1.3. Localización de Estación de Servicio Móvil.



2^{ER}. COLOQUIO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN PARA EL DESARROLLO.

“GESTIÓN Y GOBERNANZA: ACTORES E INSTITUCIONES”

Muchas gracias por su atenta presencia



Universidad Veracruzana



Universidad Veracruzana



Universidad Veracruzana



Universidad Veracruzana