

► 27 Julio, 2017

Luis Aires Presidente de BP Oil España

“Los impuestos autonómicos a los carburantes incentivan el fraude”

PÁGS 10 y 11



Con las firmas de:

Pedro Miró, vicepresidente y consejero delegado de Cepsa

José Luis López de Silanes
presidente del grupo CLH

Miguel Antoñanzas
presidente de Viesgo

José Folgado Blanco
presidente de REE

Miguel Stilwell de Andrade
consejero delegado de EDP España

Antonio Llardén
presidente de Enagás

Loreto Ordoñez, consejera delegada de Engie España

Juan Luis Arregi, presidente de Ence Energía y Celulosa



ELISA SENRA



▶ 27 Julio, 2017

Luis Aires Presidente de BP Oil España

“Se está incentivando el fraude por los diferentes impuestos autonómicos”

Rubén Esteller MADRID.

Luis Aires, presidente de BP Oil España, atraviesa un momento dulce. La empresa está invirtiendo en España para modernizar la refinería de Castellón, que aunque cumple 50 años se mantiene como una de las mejores de Europa, al tiempo que va incrementando poco a poco sus estaciones de servicio.

¿Vamos a tener una operación salida con los precios más bajos en ocho años?

Ha venido la bajada de precios en un momento de bastante movilidad y los primeros interesados en que se conozca somos nosotros, a ver si se incentiva el consumo y la gente utiliza el coche. La verdad es que el mercado se sigue recuperando. En 2014 fue el punto de inflexión. La demanda comenzó a subir alrededor del 3 por ciento, pero venimos de una caída del 25 por ciento. Por lo tanto, es normal que haya una recuperación después de una caída tan profunda.

¿Se ha recuperado la mitad del mercado?

Como un 10 por ciento, pero también la gente va ganando poder adquisitivo y va cambiando el coche, con lo que entran vehículos más eficientes. La cifra que estamos alcanzando es del 10-12 por ciento, antes de eficiencia energética, lo que probablemente representaría un 15 o un 16 por ciento.

¿Se mantiene la tendencia de aperturas de muchas gasolineras? Año a año se sigue batiendo récord de aperturas, pero más lentamente

Se siguen abriendo, aunque creo que ya no al mismo ritmo que anteriormente. Se ha frenado un poco. El mercado no está tan saturado como otros europeos. No está al nivel de Reino Unido o de Italia. Es cierto que cuando llegas a cierto nivel de saturación, hay una cierta reestructuración y una caída, pero no creo que estemos ahí, ni mucho menos. Todavía hay espacio.

¿Se deberían seguir manteniendo las limitaciones de aperturas?

A nosotros no nos afecta, porque son limitaciones del 30 por ciento. Para nosotros, que no estamos en ninguna provincia con el 30 por ciento, es completamente neutro. ¿Nos está ayudando? Pues ni nos está ayudando, ni dejando de ayudar. Te pongo un ejemplo: el *dealer*



ELISA SENRA

Comercialización:
 “Estamos pensando entrar en comercialización de electricidad, pero no hay nada decidido”

Refinería:
 “Estamos invirtiendo en una nueva torre de vacío en la refinería de Castellón”

que es de Repsol o Cepsa en una provincia con más de un 30 por ciento sabe que si deja cualquiera de las dos compañías y se viene con no-

sotros o con otro competidor y no está satisfecho, no va a poder volver. Con lo cual, eso también es un freno para poder cambiar de bandera. Por un lado, no pueden crecer pero, por otro lado, también tienen una presión a no marcharse, porque si se van no tiene vuelta atrás. Por eso te digo que si hacemos una reflexión, para un operador como nosotros que estamos muy lejos de esos límites, ¿nos está ayudando? Pues sinceramente, no.

¿Es una medida entonces con poca lógica? ¿Repsol y Cepsa se están quedando con las estaciones de más venta por litro?

Correcto. Lo que no pueden es firmar nuevos contratos de abandamiento o suministro. Compras de estaciones antes podías comprar, si vendías y ahora es por litros, pero te obliga a quitar el número equivalente de litros. Si com-

pras una estación de 5 millones te tienes que quitar esos mismos litros.

¿Les interesa la compra de estaciones de servicio o apuestan por el crecimiento orgánico?

Hace unos meses hubo una operación que ya ha sido aprobada por la CNMC. Nosotros queremos continuar creciendo. Nuestra aspiración teniendo una refinería es ampliar nuestra cuota de mercado, pero si son ciertos los precios que salen en la prensa, me parecen desorbitados.

¿Se ponen algún objetivo?

Este año hemos firmado 25 nuevos contratos. Partimos de 630. Debemos estar por los 654 y la gran mayoría son abanderamientos. Un fenómeno interesante, que estamos viendo, es que hay compañías que tenían su propia bandera, la

blanca, que se están acercando a nosotros para ver si hacen un contrato. En el momento en el que tienes dos estaciones blancas que están compitiendo entre ellas, si no tienes más que precio es una guerra suicida. Al final no tienes más herramientas de marketing. Una va luchando contra la otra y al final alguna acaba cambiando. De lo que nos hemos dado cuenta es de que, conforme han ido creciendo este tipo de estaciones de servicio blancas, en algunos sitios empiezan a competir entre sí y ya ven el valor de la bandera. Sobre todo en un momento de recuperación como el actual donde están viendo que el cliente está pasando de la marca blanca a la que le da algo más que precio, calidad, kilómetros. Eso lo estamos viendo. Lanzamos hace dos años en España la nueva generación de combustibles premium, las cifras del lanzamiento eran crecimientos del 20 por ciento de las ventas. Son unas cantidades que ni nosotros mismos nos estábamos esperando. ¿Qué te indica ese dato? Que en momentos de crisis todos nos apretamos el cinturón y vamos a la oferta blanca, en todos los sectores, pero cuando la economía comienza a recuperarse, la incertidumbre va desapareciendo y no te preocupa tanto perder el empleo, quieres ir más a la marca que piensas que te está dando algo más que puramente precio. Es un momento en el que algunos de los abanderamientos nos vienen por ahí, de gente que está queriendo trabajar con nosotros.

¿Entiendo que son pequeños distribuidores, no grandes cadenas?

Le estoy hablando de gente que tiene dos o tres estaciones de servicio. Grupos pequeños, pero con un mínimo de calidad, que esté en una zona alineada con nuestra oferta. No un surtidor que esté en un polígono industrial escondido. Se están dando casos de estos. Veo más nuestro crecimiento por ahí.

¿La duración de los contratos tampoco ha cambiado?

No ha habido cambios. Es algo que como compañía lo hemos dicho. Pensamos que no favorece la competencia que los contratos tengan solo un año de duración. Cuando abanderamos una estación, las inversiones no se amortizan en un año. Pensamos que tendría más sentido volver a lo que existe en el resto de países de la Unión Europea, que son contratos de cinco años. Es-



paña es el único país de la UE que está así. Si tuviésemos cinco años nos haría más competitivos. Nos permitiría como suministrador de un productor que los gestores aprecian, pero las declaraciones que hacen son favorables a periodos más largos para que haya una estabilidad. Llevamos un tiempo clamando en el desierto, porque hasta hoy no hemos visto ninguna muestra de intención de cambio.

¿La parada general de la refinería comenzará en octubre? ¿Qué se va a hacer?

Comenzará en octubre y durará un mes y medio. Se hacen dos cosas. Cada cinco años hacemos el mantenimiento, que es la tarea fundamental. Antes era cada cuatro años y hemos sido capaces de alargar el ciclo entre paradas. Vamos a tener picos de 3.000 personas que van a venir a trabajar a la refinería, por encima de la gente que ya viene a trabajar diariamente, que ya son 1.000 personas entre empleados propios y contratistas. Aprovechamos también para hacer las conexiones. Estamos invirtiendo en una nueva unidad, una torre de vacío que pesa 700 toneladas y tiene 60 metros de altura, que es tres veces el tamaño de la unidad que tenemos ahora. Esa unidad la vamos a instalar ahora con la parada para preparar las conexiones y luego poder unir las.

¿Se convierte así en una de las refinerías centrales del grupo?

No por tamaño, pero sí por la operación, la seguridad de la refinería, los costes, la capacidad de innovar está considerada como la mejor refinería del grupo y es de las mejores de Europa. Solomon compara la competitividad de la refinería y siempre aparece en el primer cuartil.

¿Cómo ven ahora el 'Brexit'?

Es bastante neutro para nosotros. Es decir, como compañía cotizamos en Londres y en libras los flujos de caja los generamos en dó-

Ahorro energético:
 “El fondo de eficiencia es un impuesto encubierto que estamos pagando”

Cepsa:
 “El acuerdo para flotas con Cepsa va más lento de lo que esperábamos. No es fácil crecer”

Brexit:
 “Nos preocupan las condiciones de los 1.500 empleados que no son ingleses”

lares o euros y ahora son más libras, con lo que la acción ha subido. El accionista británico está encantado con la inversión. Más allá de esa conversión, el mercado del petróleo es bastante neutro. No estamos haciendo muchas transacciones. El tema que más nos preocupa es todo lo que tiene que ver con respetar las condiciones de los empleados que están en Reino Unido de la Europa continental y viceversa, por que en Reino Unido hay 1.500 empleados en distintas oficinas que no son ingleses y cómo se van a respetar los derechos de esos trabajadores.

La aportación del fondo de eficiencia energética, ¿en qué situación está?

No estamos de acuerdo en que la mejor manera sea una aportación a un fondo, porque no se está teniendo en cuenta ninguna de las cosas que estamos haciendo para

ser más eficientes. Haces una aportación a un fondo en función de la producción. Da igual si haces productos más eficientes o si estás invirtiendo en hacer más eficientes tus plantas, nada de eso está considerado. Al final para nosotros es un impuesto encubierto que está ahí y que estamos pagando. Pensamos que no es la mejor manera de contribuir a la eficiencia energética. Lleva ya unos años y no ha cambiado ni tengo noticias de que haya intención de cambiarlo.

¿El tramo autonómico de hidrocarburos ya se ha denunciado?

Genera distorsiones de mercado entre comunidades autónomas y además favorece el fraude. Uno de los temas que estamos viendo es que pueda haber gente que retira el producto en una comunidad autónoma y lo vende en otra, beneficiándose. Hay fraude que se está incentivado por este tipo de diferencias. Lo que tendría sentido es que los impuestos especiales fuesen los mismos en el país y no fuesen distintos.

¿Han avanzado algo en acuerdos con centros comerciales?

Es un área en la que seguimos trabajando y esperamos alguna día poder tener un socio en el que veamos el valor ambas partes. Con nuestro modelo de negocio tendría sentido tener un socio en España.

¿Se plantean volver al negocio de las renovables?

Seguimos mirando el tema eólico, aunque no tenemos proyectos concretos en España. Lo que estamos mirando son los biocombustibles. Ahí estamos siendo activos. Luego como he comentado estamos mirando el sector de la movilidad, donde queremos estudiar todas las vías posibles e iniciativas que vayan surgiendo para poder orientar la empresa hacia el futuro. También estamos analizando entrar en la comercialización eléctrica pero no hay ninguna decisión tomada.

La alianza con Cepsa para poder utilizar la red de estaciones de servicio, ¿cómo va?

Pues va más lento de lo que esperábamos, la verdad. No es fácil crecer en ese mercado. En las pequeñas flotas, Repsol tiene una cuota de mercado muy consolidada desde hace muchos años. Partimos ambas compañías de una posición muy pequeña y crecer es complicado. Está costando meter la cabeza. La diferencia si sumamos ambas redes con las de Repsol sigue siendo grande. 2.000 frente a 3.500 estaciones de servicio.



‘ECONOMISTA ENERGÍA’ CUMPLE CINCO AÑOS En este número podrá encontrar las firmas de los grandes líderes del sector y su opinión sobre la Ley de cambio climático y transición energética y un profundo análisis del mercado de las estaciones de servicio con el presidente de BP España, Luis Aires.

Para leer más www.economista.es/kiosco/

