



EL IMPACTO DE LOS ADITIVOS DE GASOLINA PARA EL MARKETING DE LAS COMPAÑÍAS DISTRIBUIDORAS DE COMBUSTIBLES EN MÉXICO

THE IMPACT OF GASOLINE ADDITIVES FOR THE MARKETING OF FUEL DISTRIBUTION COMPANIES IN MEXICO

Hubenova- Nencheva Violena ^{1,2*}, Mendez- Palacios Juan José ¹

¹ Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Querétaro.

² Universidad de Economía nacional y mundial de Sofía, Bulgaria.

* Autor de correspondencia, correo: violena.nencheva@gmail.com

Aspectos interesantes

Los aditivos de gasolina son un aspecto importante para el funcionamiento de los vehículos hoy en día. Los aditivos también son una manera de llevar a cabo las actividades de marketing de las diferentes compañías petroleras. En México las compañías distribuidoras de combustible usan las diferentes técnicas del marketing mix para enfrentarse a la competencia en el sector y una manera para hacerlo es mediante los aditivos que las diferencian de los competidores.

Resumen

Este artículo trata sobre cómo los aditivos para gasolinas son un factor de marketing que las compañías distribuidoras de combustibles aplican. Para tal efecto se plantean los siguientes cuestionamientos: ¿qué son los aditivos?, ¿qué efectos producen en el motor de los vehículos?, ¿cómo se utilizan?, ¿qué cantidades de aditivos se incorporan a la gasolina? y, sobre todo, ¿qué beneficios ofrecen para los vehículos? Después de hacer las preguntas de investigación se explica la situación actual de la industria petrolera en México y cómo las empresas distribuidoras de combustibles que recientemente han entrado al mercado mexicano llevan sus estrategias para promocionar y comercializar sus aditivos mediante acciones de los 4 Ps del marketing: producto, precio, distribución y promoción. Las compañías que se describen, como ejemplos prácticos, son Pemex, Exxon Mobil, Shell y British Petroleum. También se explican los aditivos que ofrecen para competir en las nuevas condiciones, dentro de la situación petrolera, después de la Reforma energética en México.

Palabras clave: *Aditivos, Compañías petroleras, Gasolina, Marketing, México*

Interesting aspects

Gasoline additives are an important aspect for the operation of vehicles today. Additives are also a way to carry out the marketing activities of the different oil companies. In Mexico, fuel distribution companies use different marketing mix techniques to face the competition in the sector and one way to achieve it is through the additives that differentiate them from competitors..

Abstract: This article describes how gasoline additives are a marketing factor that fuel distribution companies apply, for this purpose the following questions are raised: what are additives? What effects do they have on the vehicle's engine? How are they used? What amounts of additives are incorporated into gasoline? And, above all, what benefits do they offer for vehicles? After asking the research questions, the current situation of the oil industry in Mexico is explained and, how the fuel distribution companies that have recently entered the Mexican market, carry their strategies to promote and market their additives through actions of the 4 Ps of marketing: product, price, distribution and promotion. The companies that are described as practical examples are Pemex, Exxon Mobil, Shell and British Petroleum, the additives they offer to compete in the new conditions of the oil situation, after the energy reform in Mexico, are also explained.

Keywords: *Additives, Gasoline, Marketing, Mexico, Oil Companies.*

1. Introducción

La globalización, que expande continuamente los límites del comercio internacional y permite una entrada fácil y rápida en mercados cada vez mayores en todo el mundo, está acompañada por un crecimiento paralelo de la competencia en países y regiones donde un fabricante disfruta de posiciones aprobadas por el mercado a lo largo de los años. Esto crea un sistema de influencias en el mercado que aumenta la importancia de la estrategia de marketing de las empresas individuales y lo convierte en una herramienta líder para lograr los objetivos comerciales principales de maximizar los beneficios.

La industria petrolera es una de las más importantes a nivel mundial, ya que contribuye de manera significativa al PIB de muchos países. Este es también el caso de México. Después de la Reforma energética de 2014, el mercado del petróleo en México ha cambiado significativamente. Aparte de Pemex, en México ya existen varias compañías petroleras internacionales que compiten para ganar parte del mercado. Una estrategia para ganar más posición en el mercado es a través de la concesión de la venta de combustible a empresas que presumen de los aditivos que se agregan a la gasolina para su mejor funcionamiento y cuyo estudio será tema principal de este artículo.

1.1. El aditivo como estrategia en la comercialización de combustibles

Un aditivo para combustible es una sustancia química que se agrega a un producto para mejorar sus propiedades. Según Concha Raso (2016), en el caso de los combustibles, esta sustancia se utiliza en pequeñas cantidades y se añade durante su elaboración por el fabricante, para cambiar las características del mismo y para mejorar el rendimiento del motor. Los aditivos están relacionados directamente con la mejora de la combustión, la limpieza y lubricación de los inyectores, pero también con la inhibición de la corrosión dentro del motor. Otro aspecto positivo es que disminuyen el consumo del combustible. Así se logra conseguir una mejor rentabilización del recorrido.

Según Concha Raso (2016), los aditivos tienen muchos aspectos positivos entre cuales: un suministro óptimo de combustible, un mejor desempeño del motor, una adecuada evaporación del combustible, una provisión equilibrada de gasolina, tanto como máxima

potencia del motor del vehículo y reducir las emisiones. Debido a la mejora en el funcionamiento y la prevención de la acumulación de residuos en las líneas, se puede asegurar menor esfuerzo de las piezas móviles durante el arranque y funcionamiento del motor cuando se trata de aditivos para motor. También hay consecuencias positivas para el motor ayudando que se desgaste menos.

1.2. Tipos de aditivos

Existen diferentes tipos de aditivos dependiendo de su funcionamiento y al tipo de motor a los que se les aplica. Como lo menciona Lobo Vielma (2016), existen aditivos para gasolina, aditivos para diésel y aditivos para motor.

• Aditivos para gasolina

Estos productos se desarrollan para que se añadan al tanque de combustible cuando debe de llenarse. Su función principal es la incrementación del octanaje del combustible o de agentes anti corrosión. Los aditivos detergentes, o anti corrosión son aditivos que funcionan como detergentes para todo el sistema de inyección, limpian todos los elementos y en algunos casos se utiliza nanotecnología para limpiar y lubricar los sistemas de combustión, así como también disuelven las impurezas de la gasolina. Los aditivos para gasolina sirven para el control de los depósitos del sistema de combustible, para un óptimo desempeño del motor y para mantenerlo limpio. Estos aditivos tienen también la función de proteger contra la corrosión y promueven una combustión más eficiente y eso ayuda a la conservación del medio ambiente.

• Aditivos para motor

Los aditivos para motor se combinan con el aceite lubricante y favorecen la lubricación de las piezas móviles dentro de los motores, las protegen y forman una ligera película que protege el metal y prolonga su vida. Este tipo de aditivos son particularmente efectivos cuando el motor se encuentra frío o después de arrancarlo, el aditivo mantiene su compuesto cubriendo todas las piezas con las que anteriormente había tenido contacto. Cuando el motor está debidamente lubricado y protegido por

este tipo de aditivos, tendría una mayor duración de los componentes del mismo. En algunos casos, los fabricantes de los combustibles son los que se encargan de incorporarlos dentro del mismo. Sin embargo, en la mayoría de las situaciones, es necesario adquirir los aditivos de forma externa, por ejemplo, comprándolos en las gasolineras.

Existen muchos beneficios asociados con el uso de aditivos para la gasolina. Uno de los principales beneficios, como ya se mencionó, es para el desempeño del motor. Cuando se añade un aditivo para gasolina, la mejor combustión va a incrementar de manera porcentual la potencia del motor, lo cual pasa gracias a un incremento en el nivel de octanaje que se obtiene del combustible. Como resultado final se obtienen más kilómetros del tanque de gasolina gracias a la mayor potencia del motor.

Otro de los beneficios más comunes de los aditivos es al mantenimiento programado del motor. Los aditivos para combustible generan una modificación de la cámara de combustión y se disminuye significativamente el desgaste.

1.3 Ventajas del uso de aditivos en la gasolina

El uso de aditivos también previene acumulaciones de lodo. Cuando los aditivos para gasolina lubrican las partes internas de la cámara de combustión del motor, se facilita el funcionamiento más libre y sin fricción del motor y así a largo plazo se evitan acumulaciones de lodo dentro de la cámara, lo que también permite el libre movimiento de todas las piezas. Cuando las partes se pueden mover con facilidad, se evita la fricción y el incremento de temperatura, por consecuencia el desgaste es mucho menor y todos los componentes tienen un periodo de vida mucho más largo.

Los aditivos de gasolina se añaden a la toma del tanque de combustible y su función más importante es aumentar el octanaje y los agentes anti corrosión. De esta manera mejoran la combustión y también la potencia del motor. Los aditivos “Anti corrosión” también se agregan a la toma del tanque de combustible y sirven para limpiar los inyectores de elementos que lo conforman removiendo y evitando la creación de sedimento lo que llega no sólo a un mayor deterioro, sino

a un consumo mayor de combustible. No existe alguna certificación oficial que avale la cantidad de aditivos que se debe de poner a la gasolina para un óptimo rendimiento del vehículo. Es el propio mercado que actúa como garante de todo lo que publicita una marca y de su eficiencia. Por otro lado, los aditivos pasan por varias pruebas en laboratorios y centros de investigación para mejorar sus formulaciones y conseguir compuestos químicos más avanzados. Respecto a la proporción de aditivo que llevan los combustibles, la cantidad varía según la marca y el tipo de producto. En todos los casos, se trata de una proporción muy pequeña, unos pocos centímetros cúbicos de aditivo por cada metro cúbico de gasolina.

De acuerdo a lo anterior, el artículo responde a la pregunta: ¿qué impacto tiene el aditivo en la gasolina como estrategia de marketing de las gasolineras concesionadas en México?

2. Metodología

El enfoque de investigación cualitativa que se aplica para describir el fenómeno del marketing mediante el uso de los aditivos en la gasolina es el descriptivo y se aplica a las diferentes compañías que comercializan las gasolinas. Se usa también el método hermenéutico - dialéctico para interpretar la realidad descrita. De igual manera se utiliza el método de comparación para describir y comparar las diferentes empresas que compiten en el sector.

3. El marketing de las compañías distribuidoras de gasolinas usando aditivos

Después de todo lo expuesto se analiza la distribución de los aditivos por las diferentes compañías petroleras presentes en México y la manera de comercializarlos usando la mercadotecnia para obtener más ganancias. Según Barrera (2014), con la apertura del mercado, después de la Reforma energética de la gasolina y el diésel, han llegado más de 30 compañías petroleras a México, entre las que destacan las grandes empresas petroleras internacionales, que buscan atraer a más clientes con una propuesta de aditivos que compiten en el mercado. Información del INEGI muestra que al

finalizar 2017 los ingresos por la venta de aditivos para gasolina alcanzaron los 430.4 millones de pesos, 113.4 más comparado con el cierre de 2015, cuando fueron 201.7 millones de pesos.

Empresas grandes como Repsol, BP, Shell, G500, Exxon Mobil, Costco, Chevron y Akron, colocan los aditivos dentro de sus combustibles, pero otra manera de integrarlos es directamente en las estaciones. Después de que las pipas de Pemex dejan el combustible en éstas, un grupo de expertos contratados por el grupo gasolinero consecutivo colocan, con herramientas especiales, el aditivo dentro de los tanques. No todos los aditivos son iguales porque cada marca tiene diferencias para ser competente en el mercado. Por ejemplo, BP y Shell tienen un aditivo que promete proteger los motores en materia de corrosión y desgaste, mientras que otras compañías lo usan para permitir que el combustible dure más y el vehículo tenga más potencia.

3.1 Consideraciones acerca del uso de aditivos en las empresas comercializadoras de combustibles.

Según datos del Instituto Mexicano del Petróleo (2018), el instituto ha desarrollado un aditivo detergente que se emplea en las gasolinas producidas por Pemex, en más de 70 terminales de Pemex Logística y es resultado de una colaboración del Instituto con Pemex. Con base a la norma NOM-016-CRE-2016, el aditivo ofrece al consumidor una alternativa para evitar que los inyectores del vehículo se ensucien, mientras que también inhibe la corrosión y mejora el rendimiento del combustible. El convenio entre el IMP y Pemex tiene con una vigencia de diez años y durante este periodo Pemex va a tener la exclusividad del aditivo detergente.

3.1.1. Caso Pemex

Según Beltrán Mata (2016), Pemex, desde hace muchos años, por norma, ya integra aditivos a sus gasolinas, pero como estaba en una situación de monopolio, no lo promocionaba. Después de la Reforma energética, y con la nueva competencia en el país, la empresa decidió cambiar su estrategia de marketing y empezar a vender un nuevo aditivo con el fin de ser más competitiva en el mercado. Este nuevo aditivo se puede integrar tanto a la gasolina Magna, como a la Premium y su marca es Pemex Aditec. El nuevo aditivo de Pemex es amigable con el medio ambiente

y mantiene el motor libre de suciedad hasta en un 97 por ciento y eso permite tener una combustión eficiente y mayor potencia. Esta innovación tecnológica mexicana representa una ventaja competitiva para la franquicia Pemex, que actualmente tiene más de 10 mil estaciones de servicio en todo México. El nuevo aditivo de Pemex tiene agentes químicos que limpian las válvulas de admisión e inyectores del motor libres de suciedad. Otro beneficio que tiene es que optimiza el funcionamiento del motor y de esta manera ayuda a obtener el máximo desempeño y a reducir las emisiones contaminantes. El aditivo también posee un solvente que ayuda a mantener la estabilidad de la mezcla con la gasolina a distintas temperaturas para facilitar su funcionamiento y fluidez dentro del motor. El nuevo aditivo ya se encuentra presente en las gasolineras, pero para su mejor conocimiento entre los clientes, Pemex utiliza técnicas de marketing digital, apoyando a su nuevo producto tanto en su página oficial, como en las redes sociales de la empresa. El aditivo y sus cualidades se promocionan en la página Facebook de Pemex y en su perfil de Twitter (Figura 1). También, se utiliza el patrocinio como táctica de marketing digital porque el piloto mexicano de Fórmula 1 Checo Pérez promociona y recomienda el uso del nuevo aditivo de Pemex. La compañía utiliza también promoción de marketing directo en sus gasolineras, creando un nuevo logo del aditivo.



Figura 1: Logo de Aditec utilizado en las gasolineras Pemex. Fuente: Página oficial de la empresa Pemex

3.1.2. Caso Exxon Mobil

Según la página oficial de Exxon Mobil (2019), la empresa petrolera estadounidense opera en la zona del Bajío y vende combustible producido con su

propia molécula, una ventaja competitiva que pocas gasolineras en México tienen porque la mayoría compran gasolina de Pemex. Eso permite a Exxon tener un producto totalmente diferente al que ofrecen las nuevas empresas en el sector, pero sobre todo tener una diferencia con Petróleos Mexicanos. El combustible que la empresa tiene, llega desde sus refinerías de Kansas City, Estados Unidos, y toma solo 12 horas transportarla mediante carrotaques. El aditivo se llama Fuel Technology Synergy y se ofrece en otras partes del mundo, también a través de propias estaciones de servicio. Mobil Synergy proporciona una buena calidad de ignición y ha superado pruebas clave de rendimiento que le han permitido obtener el nivel TOP TIER. El combustible TOP TIER es recomendado por muchos fabricantes de automóviles en los manuales de propietario de sus vehículos. La compañía utiliza también el marketing digital para promocionar su aditivo, creando campañas en su perfil, en las redes sociales. Se utilizan igualmente tarjeta de clientes frecuentes y gracias a los puntos acumulados, los clientes reciben una cantidad diferente de aditivo, regalado por la gasolinera, de la que compran su aditivo. De esta manera Exxon Mobil ha incrementado mucho el valor de sus ventas y ganancias.

3.1.3. Caso Shell

Según la página oficial de Shell (2019), el aditivo de la compañía se llama V Power. Este aditivo está diseñado para proteger y limpiar activamente al motor dándole un mejor rendimiento. Se usa con una gasolina Premium de alto rendimiento dentro de Shell con un índice de octanos mayor a 91. Está diseñado para proteger al motor del desgaste y la corrosión. Este tipo de aditivo elimina la suciedad que existe en las partes del motor, mientras que el vehículo está en movimiento, también tiene detergentes que limpian activamente y forman una película protectora sobre las superficies metálicas para evitar la corrosión. Los aditivos Shell V-Power están diseñados para trabajar instantáneamente sobre los depósitos del motor y para reducir las emisiones contaminantes y alcanzar un mayor kilometraje.



Figura 2: Publicidad de Shell V-Power y Fórmula 1

Fuente: Página oficial de la empresa Pemex

La compañía Shell también promociona su aditivo en las redes sociales utilizando el marketing digital (Figura 2) pero su gran publicidad se hace mediante el patrocinio a Fórmula 1, donde Shell promociona su marca y al mismo tiempo populariza su nuevo aditivo. Así es como la empresa ha llegado a aumentar sus ventas y ganancias, popularizando al mismo tiempo su nuevo producto.

3.1.4. Caso British Petroleum (BP)

Según la página oficial de BP (2019), el aditivo de BP está incorporado en la gasolina con tecnología ACTIVE® que es una fórmula desarrollada por la compañía, que cumple con los requisitos de la norma NOM-016-CRE-2016 de aditivos para control de depósitos. Con este tipo de aditivo todas las gasolinas, ya sean BP Regular o BP Premium, cuentan con propiedades limpiadoras avanzadas, que ayudan a mantener limpios los componentes críticos del motor. La idea de la tecnología ACTIVE® es ayudar a conservar el rendimiento de consumo de combustible del vehículo y eliminar la suciedad y las partículas que se acumulan en el motor. La compañía promueve mucho el producto por su característica de ahorro de combustible. El nuevo aditivo está incorporado dentro de la gasolina de British Petroleum, así que la compañía no tiene todavía actividades de marketing específicas para promocionarlo, pero por otro lado ha aumentado la publicidad de sus gasolinas, enfocándose sobre todo en las cualidades de sus productos y su gasolina. En la Tabla 1 se describen las ventajas competitivas que ofrecen los aditivos de las gasolinas distribuidas por las compañías con mayor presencia en México.

GASOLINA		VENTAJAS
Pemex	Ofrece al consumidor una alternativa para evitar que los inyectores del vehículo se ensucien.	Inhibe la corrosión.
	Mejora el rendimiento del combustible.	Amigable con el medio ambiente.
	Mantiene al motor libre de suciedad hasta en un 97 % y eso permite tener una combustión eficiente y mayor potencia.	Tiene agentes químicos que mantienen las válvulas de admisión e inyectores del motor, libres de suciedad.
	Optimiza el funcionamiento del motor y de esta manera ayuda a obtener el máximo desempeño y a reducir las emisiones contaminantes.	Posee un solvente que ayuda a mantener la estabilidad de la mezcla con la gasolina a distintas temperaturas para facilitar su funcionamiento y fluidez dentro del motor.
Exxon Mobil	Combustible producido con su propia molécula.	Buena calidad de ignición.
	Obtuvo el nivel TOP TIER.	
Shell	Diseñado para proteger y limpiar activamente al motor, dando un mejor rendimiento.	Elimina la suciedad que existe en las partes del motor, mientras que el vehículo está en movimiento.
	Tiene detergentes que limpian activamente y forman una película protectora sobre las superficies metálicas para evitar la corrosión.	Diseñado para trabajar instantáneamente sobre los depósitos del motor para reducir las emisiones contaminantes y alcanzar un mayor kilometraje.
British Petroleum	Tiene propiedades limpiadoras avanzadas que ayudan a mantener limpios los componentes críticos del motor. Ahorra combustible.	Ayuda a conservar el rendimiento de consumo de combustible del vehículo y eliminar la suciedad y las partículas que se acumulan en el motor.

Tabla 1. Ventajas del uso los aditivos adicionados a las gasolinas con mayor presencia en México.

Fuente: Elaboración propia.

4. Conclusiones

Todos estos ejemplos de aditivos de diferentes compañías, en la actualidad, en el sector petrolero de hoy en día, muestran la gran variedad de empresas y sus aditivos, cada uno con diferentes propiedades, gracias a los cuales cada compañía apoya su actividad de marketing, tratando de llevar una lucha con los competidores en el sector. Los aditivos, por supuesto, son solo una rama de todas las actividades de marketing

de estas compañías en su lucha contra la competencia, pero en sí cumplen con las características de los 4P del marketing: cada compañía trata de diferenciarse con la calidad y el contenido del producto, su precio, la manera de distribución de los aditivos y la manera de comercializarlos y promoverlos. Así, los aditivos tienen un gran papel e impacto para el marketing y la comercialización de la gasolina y para el desarrollo de las compañías distribuidoras de combustibles presentes ahora en México, un papel que permite a estas compañías

ser competitivas en el mercado gracias al concepto de libre mercado donde existe la variedad de productos, precios, distribución y manera de comercializar los aditivos de combustible.

Cabe destacar que futuras investigaciones acerca del tema tratado pueden estar relacionadas con el concepto de costo-beneficio del uso de una marca de gasolina contra otra; también acerca de la eficiencia vehicular por el uso de una marca en particular, entre otros.

Resumen curricular

Mtra. Violena Hubenova Nencheva

Estudiante de intercambio en el Doctorado de Gestión Tecnológica e Innovación en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Querétaro y estudiante de doctorado de tiempo completo en la Universidad de Economía nacional y mundial de Sofía, Bulgaria.

Correo electrónico: violena.nencheva@gmail.com

Teléfono: 55 65 71 01 58

Dr. Juan José Mendez Palacios

Profesor de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Autónoma de Querétaro y Coordinador del Doctorado en Gestión Tecnológica e Innovación.

Correo electrónico: juanjo@uaq.mx

Declaración de ausencia de conflicto de intereses:

Yo, Violena Hubenova Nencheva, declaro no estar en conflicto de intereses escribiendo este artículo.

Formato para agradecer financiamiento:

Esta investigación no recibió ningún subsidio de agencias públicas, comerciales o sectores no lucrativos.

Referencias Bibliográficas

- Afton Chemicals. (25.06.2018). Aditivos para combustibles. Comisión nacional para el uso eficiente de la energía, 2, 49.
- Arturo Solís. (2018). Las 10 marcas nuevas con más gasolineras en México. Forbes México, 3, 56.
- Autor Anónimo. (2018). Aditivos del combustible, qué son y por qué te interesan. 5.07.2019, de Total México Sitio web: www.total.com.mx/
- Autor Anónimo. (06 de agosto de 2018). Gasolinas de Pemex contarán con un aditivo multifuncional de clase mundial, desarrollado por el IMP. 05.07.2019, de Instituto Mexicano del Petróleo Sitio web: <https://www.gob.mx/imp>
- Autor Anónimo. (2016). La calidad de los carburantes BP con tecnología ACTIVE. 5.07.2019, de British Petroleum Sitio web: <https://www.bp.com/>
- Autor Anónimo. (2018). ¿Por qué elegir a Mobil? 5.07.2019, de Exxon Mobil Sitio web: <https://www.mobil.com.mx/>
- Autor Anónimo. (11/10/2018). Pemex presenta nuevo aditivo para gasolinas que brinda máximo desempeño, limpieza activa y protección para el motor. 5.07.2019, de Pemex Sitio web: www.pemex.com
- Autor Anónimo. (2018). SHELL V-POWER. 05.07.2019, de Shell México Sitio web: <https://www.shell.com.mx/>
- Barrera, Armando. (6 de septiembre, 2014). Reforma Petrolera y marketing. Merca 2.0, 4, 89-101.
- Beltrán Mata, José Antonio. (2016). El futuro de Pemex y del mercado nacional de combustibles. Energía a debate, 2, 39-45.
- Concha Raso. (2016). Los aditivos de la gasolina, ¿mito o realidad? El Economista España, 23-34.
- Lobo Vielma, Luis. (2016). La dura lección del mercado obliga a revisar fundamentos. Energía a debate, 3, 32-37.

