

Petrol PLAZA

Análisis del mercado mexicano bajo la actual crisis

La empresa consultora global McKinsey se asoció con Onexpo para analizar el impacto del COVID-19 en el mercado minorista mexicano de combustibles.



La venta de gasolina y diésel en México ha disminuido en un 62% debido a COVID-19, según Roberto Díaz de León, Presidente de la Organización Nacional de Expendedores de Petróleo (ONEXPO).

Aunque México no ha sufrido la misma crisis sanitaria que otros países (tiene unas 54.000 infecciones confirmadas y menos de 6.000 muertes), el impacto en el sector de la movilidad ha sido igual de grave con una reducción del 60% en el tráfico y del 75% en el transporte público, según McKinsey.

Durante la crisis las estaciones de servicio rurales están sufriendo el mayor impacto, experimentando en algunos casos una caída del 70% en volúmenes. Las gasolineras de autovía sólo vieron una disminución del 15% en promedio.

En el caso de las tiendas de conveniencia, la pérdida de ventas se estima entre el 40% y el 50%. Los productos de alto margen y las compras impulsivas han caído a favor de los artículos de primera

necesidad.

“Algunos desafíos al margen de combustible depende del volumen, del almacenaje y la pérdida de ganancias en la tienda de conveniencia. La materia prima ha bajado de precio (el petróleo) y eso general una presión temporal positiva en el margen,” explicó Raúl Camba, socio de McKinsey.

En un seminario web organizado por McKinsey en cooperación con Onexpo, expertos de la industria analizaron la situación del mercado mexicano.

Si México sufriera un resurgimiento de COVID-19 a finales de año, se espera que la demanda de gasolina y gasóleo disminuya en un 40% y un 32%, respectivamente, en 2020 frente al año anterior. En un escenario base sin resurgimiento, los volúmenes de combustible se reducirán en un 20% y un 18% para la gasolina y el diésel.

Al discutir una posible recuperación, Álvaro Bau, experto en mercados de combustible, señaló a los países que están en camino de volver a la normalidad. En China, el tráfico y la demanda de combustible ya han vuelto a los niveles pre-pandémicos. La caída de la economía y el hecho de que la gente todavía se mueva menos se contrarresta con un mayor uso de vehículos privados en detrimento del transporte público.

México observará de cerca a su vecino los Estados Unidos a medida que éste empiece a abrir su economía a pesar de sus altas tasas de infección. La economía de México también podría beneficiarse del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y de la relocalización de parte de manufacturación de China a América del Norte.

En cuanto a las gasolineras, se verán obligadas a buscar nuevas formas de relacionarse con los clientes y a replantearse su estrategia de precio/margen en el nuevo mix de productos.