

# El secreto de los aditivos: no todos los gasóleos son iguales



La reflexión es simple y habitual: todo el gasóleo de nuestros vehículos sale de los mismos tanques y, por tanto, las diferencias de precio o de consumo entre marcas de carburante se deben a otros factores distintos al producto suministrado, principalmente ligados al marketing. La primera parte es absolutamente cierta, el gasóleo se almacena en las diferentes plataformas de la Compañía Logística de Hidrocarburos (CLH), que lo entrega cumpliendo los controles de calidad previos y las especificaciones correspondientes para su uso inmediato, sin necesidad de ser sometido a ningún tratamiento posterior. Ahora bien, el producto de cada marca no es el mismo, a pesar de que esté basado en el mismo combustible. Las empresas petroleras operan de forma individual creando numerosos derivados del diésel almacenado por CLH, aderezando sus carburantes con aditivos particulares con el objetivo de optimizar las propiedades de sus productos y enriquecer su diferencia competitiva.

Como pueden imaginar, en este entorno de gran competitividad y mayor presión en los costes, las diferentes informaciones vinculadas con el aditivo y su correspondiente cadena de suministro son el gran secreto de las empresas de este sector, incluida la propia CLH. Estos datos son considerados sensibles y

estratégicos para sus operaciones y estiman que podría perjudicar la diferenciación ante sus competidores. Hasta tal punto llega el pánico, que los principales operadores petrolíferos con presencia en el mercado español han declinado pronunciarse sobre el tema, a excepción de Galp.

La práctica totalidad de la flota actual de empresas y autónomos que operan en el sector logístico y de transporte corresponden a motores diésel. Los vehículos comerciales e industriales son de uso constante, por lo que exigen un rendimiento mayor al del turismo. En consecuencia, “la importancia del aditivo cobra exponencialmente más peso dado que su impacto será más fuerte”, ha recordado el director de red de Galp, David Álvaro.

Los aditivos han tenido una importante evolución en el mercado que, según el director de red de Galp, comenzó con la liberalización del sector y la evolución tecnológica. Asimismo, explica las tres etapas clave, empezando con la comercialización de gasóleos y gasolinas básicos salidos de refinería hasta la década de los 90, cuando comienzan a incorporarse en el sistema logístico aditivos de carácter universal al producto base denominados de ‘calidad’. Lo que caracteriza a estos primeros aditivos, a parte de que no son específicos para cada operador, “son una serie de características muy limitativas que mejoran las propiedades que tiene el combustible como detergentes de limpieza y antiemulsionantes”. Posteriormente, en el 2000, el sector empieza a utilizar los aditivos denominados ‘performance’, “un producto específico tecnológicamente muy avanzado que además de transmitir al combustible esas propiedades más básicas, incorpora potencia, rendimiento y ahorro de protección medioambiental”. La última característica se convierte en indispensable para las empresas petroleras ante la llegada cada vez más pronuncia de normativas públicas de sostenibilidad y reducción de consumos y emisiones.

Los aditivos que se incorporan al producto base son sustancias químicas previamente testadas, es decir, tienen en su origen ensayos de laboratorio que, según la normativa europea, garantizan y certifican todas sus propiedades. Nos podemos encontrar con tres posibles escenarios, según el director de red de Galp. Por un lado, los operadores pueden cargar el producto base sin ningún tipo de aditivo a través del tanque común. En el segundo escenario, los operadores cargan el aditivo de calidad general. Estos ya están incorporados a un tanque determinado y los operadores lo cargan directamente a sus camiones cisterna. Por último, y lo más habitual entre las grandes marcas, el aditivo especial de cada

operador se adhiere al diésel en el parque de almacenamiento a través de un proceso denominado de 'inyección'. En este caso, el aditivo se inyecta en el brazo de carga de la cisterna o tubería que contiene el producto base de manera específica e individual en el tanque de cada operador. De esta forma, el camión que suministra el producto lo distribuye ya a la estación de servicio de cada marca con el aditivo incorporado. Dentro de la cadena de valor, "el componente logístico está alrededor de esta aditivación y en todo momento cuenta con una total trazabilidad desde la incorporación de los aditivos hasta que llega al consumidor final".

Existe una amplia gama de carburantes con una composición específica por cada marca, prometiendo al cliente mejores prestaciones a largo plazo tanto en los costes y la mecánica de su vehículo como en la protección del medio ambiente. En la propia estación de servicio de una marca, podemos comprobar que existe una variedad de precios en función de la gama de diésel que el cliente seleccione. Existen aditivos que se incorporan de manera generalizada, ya que se trata de los aditivos de calidad mínima general, y es el diésel de precio más bajo. Por otra parte, algunos carburantes cuentan con los aditivos especiales o específicos que cada operador incorpora, lo que aumenta su precio y diferencia el producto con determinadas características respecto al que ofrece la competencia de la marca en cuestión. Ante esta doble oferta de una misma compañía, el director de red de Galp ha insistido en que los operadores amplían su gama y trabajan con productos base, evolucionados y premium, "dado que existe una clara diferencia entre dos segmentos del sector donde la propuesta del valor comercial al cliente final tiene como principal atributo el precio, mientras que en la otra es la calidad la que prima". Por ello, también han proliferado, especialmente en los últimos años, un segmento de estaciones de servicio low cost que ofertan el producto base, "donde la calidad no es una diferenciación, puesto que el consumidor busca únicamente el valor económico".

En este contexto, la diferencia más evidente para el cliente es el precio, sin embargo, el peso porcentual de los aditivos en el precio de venta público final del diésel está sujeto a múltiples factores. David Álvaro ha indicado que "el porcentaje equivalente en cada producto se traduce en el sobrecoste que supone el aditivo". Cada producto está sometido a distintos costes de fabricación y producción en el desarrollo del aditivo, así como de la incorporación del producto en el sistema logístico, entre otras fases de la cadena de valor que conllevan unos

costes relevantes que se reflejan en el precio final.

Los compuestos son específicos de cada empresa petrolera, dado que confieren unas propiedades fundamentales distintas. La compañía Galp ha asegurado que existen productos que mantienen la limpieza de los sistemas de combustible durante un periodo de tiempo mayor y protegen el motor de los vehículos, lo que permite un mayor ahorro en su mantenimiento, además de que “el consumidor podrá realizar más kilómetros con una menor carga de combustión del motor”. Asimismo, ha señalado que ofrecen un mayor rendimiento del motor, potenciando su comportamiento y atenuando el desgaste de los elementos que componen el sistema. Por último, este tipo de combustibles con aditivos diferenciados protegen al medio ambiente: “Después del proceso de combustión, este tipo de combustibles emiten menos partículas al exterior a través del tubo de escape y, por tanto, contaminan menos”. Además, los gases contaminantes expulsados por los vehículos son menos pesados por la acción de dichos aditivos.