

EL UNIVERSAL

CD. DE MÉXICO.- El director general de Petróleos Mexicanos (Pemex), Emilio Lozoya, anunció este jueves el relanzamiento de la marca “Pemex” en estaciones de servicio de combustible, como parte de la remodelación y rediseño de su imagen, a fin de fortalecer la franquicia ante la libre competencia, al permitir a empresas privadas la venta, distribución y transportación de gasolinas en México, como una consecuencia de la Reforma Energética.

En la Riviera Maya, previo al acto inaugural de la convención de la Organización Nacional de Expendedores de Petróleo (Onexpo), que agrupa al 85% de las 10 mil 500 estaciones de gasolina del país, reunidos a propósito de su 26 convención anual, argumentó que, a casi dos décadas de vida exitosa en el mercado nacional, la modernización de la marca Pemex es indispensable.

“En Petróleos Mexicanos estamos trabajando para contar con una estrategia, de hecho ya la tenemos, que nos permita construir una franquicia moderna, fuerte, rentable y bien posicionada, en un mercado de libre competencia en donde el consumidor sea nuestro objetivo principal, no únicamente el abastecimiento”, indicó.

El funcionario adelantó este jueves los primeros siete puntos de la nueva estrategia, que tiene como meta fortalecer la franquicia Pemex antes sus futuros competidores.

Primero -expuso- se hará el relanzamiento de la marca Pemex. Dos, las estaciones de servicio cambiarán de imagen. Tres, buscarán que mejore la experiencia del cliente. El cuarto punto consiste en el lanzamiento de nuevos productos, para ponerse a la venta en las gasolineras, lo que incluye ofrecer otros servicios adicionales a la venta de combustible.

“Es la manera en la que vamos a trabajar, viendo las estaciones de servicio como puntos de venta de muchos otros productos”, detalló.

El quinto punto estriba en tejer alianzas comerciales con empresas líderes para la venta de esos otros productos; la capacitación y apoyo operativo a las estaciones de servicio y, por último, la planeación de crecimiento de las gasolineras que, no obstante, cuentan con equipos tecnológicos y medidas de seguridad y medioambiente a la altura de las mejores en el mundo, afirmó.

Recordó que con la Reforma Energética aprobada por el gobierno federal el 13 de diciembre pasado, México seguirá siendo dueño de las reservas petroleras, de la renta petrolera y de Pemex; no obstante, las modificaciones constitucionales en la materia, permiten la apertura de la industria a nuevos participantes y por tanto, a nuevos competidores.

“Esto supone un reto enorme para nosotros en Pemex. Es el reto de la competencia. Para enfrentarlo, nos estamos transformando de raíz, con el objetivo de hacer de la mayor empresa de nuestro país, una empresa más competitiva que aspire al liderazgo en cada uno de los mercados en que decidamos participar”, dijo.

Explicó que las Leyes Secundarias propuestas, aportan, entre otras cosas, nuevos lineamientos para que Pemex posea un nuevo modelo de gobierno corporativo, autonomía presupuestal, nuevo régimen fiscal y un nuevo régimen de adquisiciones propio, así como un “régimen de compensaciones meritocrático y de control interno similar al de otras empresas”.

Lozoya manifestó que algunas de las acciones de la estrategia para fortalecer a Pemex se pusieron ya en marcha, como lo es el inicio de la capacitación de 26 mil gerentes, supervisores

Anuncia PEMEX estrategia de relanzamiento de su marca

Escrito por cmendivil

Jueves, 12 de Junio de 2014 16:25

y despachadores en estaciones de servicio, por parte de la Secretaría de Educación Pública (SEP). También se tiene listo un manual de operación, añadió.

El objetivo común entre Pemex y la Onexpo es que la franquicia Pemex prospere en el nuevo contexto de la apertura a la competencia -subrayó- y que siga siendo líder, frente a las más y nuevas empresas que entrarán al ruedo mexicano a partir del 2019.