



LAS EXTRAS DE LA EXTRA



Mucho se ha hablado en los últimos meses sobre las gasolinas a raíz de la pugna comercial y técnica desatada por las nuevas formulaciones que están ofreciendo Terpel y Primax en sus combustibles extra. Desde hace más de un año, Ecopetrol elevó el octanaje de esta gasolina para todos los distribuidores del país y esta tiene entre 95 y 96 octanos de base, pero sube a 98 cuando hay disponibilidad de etanol para agregarle hasta el 10 por ciento obligatorio.

Terpel les ofrece a sus consumidores que el octanaje será siempre 98, supliendo con aditivos y fórmulas propias cuando la base de Ecopetrol esté por debajo. Se llama GT98.

Primax vende "hasta 98", es decir, que solo entrega 98, cuando así sale de Ecopetrol, en la G-Prix. O sea, surte lo que todas las estaciones de todas las marcas expenden. Pero tiene un diferenciador con un paquete de aditivos y detergentes que evita los depósitos en los cuellos de las válvulas, descontamina los inyectores y los protege, muy especialmente a los de inyección directa que van en las cámaras.

También en Texaco venden la Techron desde hace mucho tiempo con aditivos de similares efectos a los de Primax.

Todas son buenas noticias técnicas en las estaciones, tanto en las que venden la gasolina "Ecopetrol", como en las que ofrecen sus propios productos mejorados.

Pero desde el punto de vista de los precios, la situación está al garete y cobran lo que les parece. Hay que anotar que están en su pleno derecho porque el precio de la gasolina es libre en Colombia, como lo es la decisión del comprador de optar por el surtidor que más le convenga, y para esa escogencia es obligatorio que toda estación tenga visibles tableros con los precios "del día", aunque no sobra que se fije si el contador del surtidor que lo atiende y cobra dice lo mismo. Ya caí una vez.

Claramente se ve en algunas de las fotos testimonio que tomé en un recorrido desde

Bogotá hasta el Autódromo y de regreso, que en la corriente las diferencias son menores, pues espantarían al grueso de la clientela, que es un 90 por ciento. Pero aun así, puede haber casi un 10 por ciento de distancia en las facturas con pocas cuadras de diferencia.

La corriente tiene un precio mínimo regulado por el Gobierno a través de su misterioso y caprichoso mecanismo llamado FEPC (Fondo de Estabilización de Precios de los Combustibles), en el cual zambullen, además, sobretasas y otros duros tributos. También varía ligeramente por la distancia de transporte desde los centros de acopio. En 25 municipios las estaciones están en libertad de ofrecer rebajas para atraer vehículos, como también alzas para espantarlos. Las gráficas lo explican.

La extra no tiene piso ni techo fijos, como se ve en las fotos. Su precio es variable porque Ecopetrol la vende según las cotizaciones internacionales en el mercado de la costa del golfo de los Estados Unidos, donde una dosis equivalente vale alrededor de 3.5 dólares, al público, más barata que acá.

Es claro que lo más subido de octanaje son los precios de la extra, en cuya cómoda libertad se pasean las estaciones con unas diferencias inexplicables y des-

proporcionadas, jugando en el mercado que les ofrecen las leyes de la oferta y la demanda.

En el Gobierno siempre han tenido el argumento de que la extra es un combustible para carros de lo que llaman en estos días de "alta gama", cuyos dueños supuestamente no sienten la diferencia. Pero resulta que ahora esa gasolina extra comienza a ser obligatoria, y lo será más en muchos autos populares, digámoslo, de "baja gama"—calificativo que ofende tanto como el anterior— porque ahora se imponen los pequeños motores turbocargados, de inyección directa y tecnologías muy limpias que, salvo en casos específicos amparados por los fabricantes, deben usar la gasolina extra, que anda por las nubes.

¿Se impone algún control?

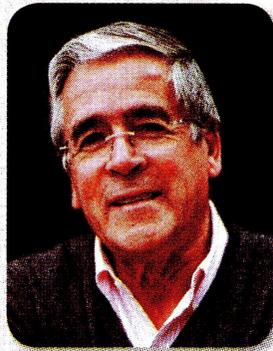


FOTO: RODRIGO SEPÚLVEDA

EDICIÓN 780

OCTUBRE
20 DE 2021

Motor

DIRECCIÓN:

José Clopatofsky Londoño

JEFE DE REDACCIÓN:

Manuel Antonio Orduz
(manord@eltiempo.com)

DIRECTOR GENERAL:

EL TIEMPO CASA EDITORIAL:

Andrés Mompotes Lemos

GERENTE EL TIEMPO:

Jorge Stellabatti Rezk

DIRECTOR GRÁFICO CEE:

Beiman Pinilla

GERENTE DE MERCADEO DE IMPRESOS:

Diana Gómez

GERENTE DE PRODUCTO:

Maria Cristina Amaya

(marama@eltiempo.com)

COORDINACIÓN REVISTAS:

Sandra Rojas

CONCEPTO GRÁFICO Y DISEÑO:

Rinaldo Goelkel

CORRECCIÓN:

Corrección de estilo El Tiempo

Martha Leonor Sotomayor Pulido

JEFATURA DE ARCHIVO:

DE REDACCIÓN:

Daniilo Pizarro

PRODUCCIÓN:

Mario Benavides

VENTAS BOGOTÁ:

Ana María Andrade

anaand@eltiempo.com

Carolina Castro

pilcas@eltiempo.com

VENTAS MEDELLÍN:

Juliana Saldarriaga

julsal@eltiempo.com Tel. (57) 4-320 3970

VENTAS CALI Y EJE CAFETERO:

Adriana María Muñoz Rodríguez
(adrmun@eltiempo.com) Tel. (57) 2-659 2130

VENTAS BARRANQUILLA:

Silvana Nieto

(silnie@eltiempo.com) (57) 5-3853564

PREPrensa DIGITAL:

Casa Editorial El Tiempo

IMPRESIÓN:

Printer Colombiana S.A.

Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita del titular. Derechos reservados. Publicación editada por MULTIREVISTAS EDITORES LTDA., una compañía de EL TIEMPO CASA EDITORIAL S.A. Copyright © 2014.

EL TIEMPO
CASA EDITORIAL

Av. Calle 26 # 68B-70, Bogotá Colombia

