

Tomás Castro, socio director y consejero delegado de Proconsi

“Las relaciones con nuestros clientes de hidrocarburos son a largo plazo”

Proconsi cumple en 2014 el vigesimoquinto aniversario de su fundación. La multinacional leonesa atesora una experiencia de más de dos décadas haciendo la vida un poco más sencilla a los empresarios de estaciones de servicio. Desde sus inicios la empresa ha experimentado un crecimiento sostenido y lo ha hecho, tal y como explica su consejero delegado en esta entrevista, de forma “constante e inteligente”, estando siempre al lado de sus clientes, convirtiéndose en su socio tecnológico y mostrándoles las oportunidades de mejora que las TIC suponen para sus negocios.

Estaciones de Servicio:
¿Cómo valoraría en unas pocas palabras la trayectoria de Proconsi desde su fundación hace 25 años a la actualidad?

Tomás Castro: Estos 25 años han sido un crecimiento constante e inteligente. Constante porque hemos ido aumentando los puestos de trabajo y también la facturación, pero lo hemos hecho de una forma sostenida y sin altibajos. Ello nos ha permitido mantener un equipo de gente con talento y, en este momento, con mucha experiencia. Lo cual es, además, necesario en momentos de cambio como los actuales y en los que vamos viendo cómo los nuevos talentos que van formando parte del equipo se van mezclando para ir generando nuevas ideas

que nos proyectan como empresa vanguardista, puntera y que progresa y aprende de los errores pasado.

EE.SS.: ¿Cuántas estaciones de servicio se han beneficiado de la tecnología Proconsi durante este tiempo?

T.C.: En este tiempo, son muchas las estaciones de servicio y puntos de suministro de toda España que se han beneficiado y se están beneficiando de las soluciones específicas de Proconsi, donde nuestro fuerte es el sector de la distribución. En él albergamos un liderazgo importante a nivel nacional y haber ido creciendo en el mundo de la estación de servicio ha sido un reto que, en cifras, en estos 25 años ha supuesto alrededor de 400 estaciones de servicio,

donde hemos instalado productos diversos como Control de pista, Estafuel, gestión de inventarios, cajones de cobro automático, puntos de venta desatendidos, etcétera. Nos queda un largo camino que recorrer y nuestro equipo de I+D+i está apostando por nuevas innovaciones para este sector que pronto veremos reflejadas en nuestros productos.

EE.SS.- ¿Aprovechan los gasolineros de hoy las posibilidades que les ofrece la tecnología?

T.C.: Poco a poco, se van introduciendo en el sector las nuevas tecnologías. Sin embargo, no es una tarea fácil hacer ver al cliente cómo las TIC pueden simplificar el trabajo y la organización de las estaciones de servicio. Todavía estamos lejos de implementar las tecnologías que en otros sectores ya se encuentran activas. Desde Proconsi, nuestro objetivo es dar a conocer los nuevos desarrollos tecnológicos que salen adelante desde nuestra área de I+D+i, como por ejemplo los desarrollos

“NOS QUEDA UN LARGO CAMINO QUE RECORRER Y NUESTRO EQUIPO DE I+D+I ESTÁ APOSTANDO POR NUEVAS INNOVACIONES PARA ESTE SECTOR QUE PRONTO VEREMOS REFLEJADAS EN NUESTROS PRODUCTOS”

específicos para el trabajo en nube, lo que traerá consigo más inmediatez de la información y mejor accesibilidad. El gran problema es saber explorar y sacar el máximo partido a las TIC, por eso la implantación va lenta. Conforme se vayan automatizando más los procesos, la implantación será menos costosa, pues se dispondrá de más tiempo para llevar a cabo otras tareas físicas.

EE.SS.- Cuando un empresario de estaciones de servicio decide confiar en Proconsi, ¿cómo comienza esa relación? ¿Qué pasos da Proconsi? ¿Suelen ser relaciones a largo plazo o una prestación de servicios puntual?

T.C.: En primer lugar, realizamos un estudio de las necesidades del cliente y se intenta adaptar y aprovechar el material con el que cuenta, de tal manera que la inversión del cliente sea lo más económica posible. A continuación, aconsejamos al cliente sobre las soluciones y sistemas adecuados para cubrir sus necesidades. Y finalmente, procedemos a llevar a cabo la instalación. Normalmente las relaciones con nuestros clientes de hidrocarburos son a largo plazo. Para fomentar estos lazos, estamos constantemente realizando innovaciones y aprovechando los nuevos productos que salen al mercado adaptándolos a las necesidades de las estaciones de servicio.

EE.SS.- ¿Qué papel jugaba la informática en una estación de servicio hace 25 años? ¿Y ahora?

T.C.: Hace 25 años, el proceso era muy simple: se limitaba al proceso de gestión de albaranes y facturación de los mismos. Y en algunos casos, el control de la contabilidad. Era raro que un cliente quisiera invertir en automatizar una estación de servicio, debido al coste que suponía entonces y también el desconocimiento de las posibilidades que daba la informática. Afortunadamente, hoy la situación ha cambiado, tanto



“NUESTRO OBJETIVO ES DAR A CONOCER LOS NUEVOS DESARROLLOS TECNOLÓGICOS QUE SALEN ADELANTE DESDE NUESTRA ÁREA DE I+D+i, COMO POR EJEMPLO LOS DESARROLLOS ESPECÍFICOS PARA EL TRABAJO EN NUBE, LO QUE TRAERÁ CONSIGO MÁS INMEDIATEZ DE LA INFORMACIÓN Y MEJOR ACCESIBILIDAD”



en el abaratamiento del material como por la mentalidad de los gestores, quienes son conscientes del control y los beneficios que les puede otorgar la informática. Hemos pasado de lo que se hacía hace 25 años a automatizar prácticamente el 100% del trabajo cotidiano de una estación de servicio: automatización de surtidores, trenes de lavado, máquinas de aspirado, monolitos de precio, recepción de mercancía, inventario, etcétera. Todo puede hacerse desde las TIC.

EE.SS.- ¿Ha cambiado mucho el sector de la distribución de carburantes en este último cuarto de siglo?

T.C.: Sobre todo desde el año 1992 con la entrada de legislación para impuestos especiales para el sector de Hidrocarburos, la distribución ha cambiado mucho. La normativa ha puesto un montón de medidas que, si tuvieran que ser hechas a mano, supondrían unos costes muy elevados y el beneficio para estos negocios se reduciría o sería prácticamente nulo. El cambio ha sido radical. Proconsi fue la primera empresa que introdujo los TPV en sector de Hidrocarburos en España. Se

“HEMOS PASADO DE LO QUE SE HACÍA HACE 25 AÑOS A AUTOMATIZAR PRÁCTICAMENTE EL 100% DEL TRABAJO COTIDIANO DE UNA ESTACIÓN DE SERVICIO: AUTOMATIZACIÓN DE SURTIDORES, TRENES DE LAVADO, MÁQUINAS DE ASPIRADO, MONOLITOS DE PRECIO, RECEPCIÓN DE MERCANCÍA, INVENTARIO, ETCÉTERA. TODO PUEDE HACERSE DESDE LAS TIC”

“PROCONSI FUE LA PRIMERA EMPRESA QUE INTRODUJO LOS TPV EN SECTOR DE HIDROCARBUROS EN ESPAÑA. SE DECÍA ENTONCES QUE LOS TPV SÓLO VALÍAN PARA EL SECTOR ALIMENTACIÓN PERO CON NUESTRA INTEGRACIÓN DEMOSTRAMOS QUE PODÍAMOS CUMPLIR CON TODOS LOS REQUERIMIENTOS LEGALES Y DE NEGOCIO”

decía entonces que los TPV sólo valían para el sector alimentación pero con nuestra integración demostramos que podíamos cumplir con todos los requerimientos legales y de negocio.

EE.SS.- ¿Son aquellos relacionados con la tecnología los desafíos más duros a los que se enfrenta el sector del carburante español?

T.C.: No precisamente son estos los desafíos más duros a los que se enfrenta el sector del carburante español. Por lo que nos transmiten nuestros clientes, la reducción de los márgenes en la distribución del carburante es su mayor preocupación. Además, los distribuidores tienen un desafío mayor: no acumular impagados.

EE.SS.- ¿Qué opinión le merece el boom de gasolineras low cost que está viviendo nuestro país?

T.C.: La crisis económica ha agudizado el ingenio de las empresas para buscar la competitividad y, por lo tanto, ha acelerado en nuestro país la implantación de este tipo de instalaciones que, por otra parte, en países de nuestro entorno como Francia o Italia ya son mayoritarias desde hace tiempo. Está claro que los establecimientos low cost suponen una amenaza para los establecimientos más tradicionales por sus menores costes, sobre todo en

personal, pero si se consolidan las medidas liberalizadoras emprendidas por el gobierno para su instalación a medio y largo plazo creemos que supondrán una ampliación del mercado, eso sí de un mercado distinto al que conocíamos hasta el momento.

EE.SS.- ¿Cómo está afectando la crisis a Proconsi?

T.C.: La crisis nos afecta como al resto de empresas, puesto que las decisiones se tardan mucho más en tomar, los márgenes se reducen por la reducción de precios en muchos casos, y en otros por el aplazamiento en que se asumen los tipos de interés. Sin embargo, el aspecto que más nos está afectando es el hecho de que los empresarios dan importancia en invertir a costa de un beneficio instantáneo. No piensan en el medio largo plazo, lo que no se ve en tecnología salvo en casos concretos.

EE.SS.- ¿Cuáles son sus principales retos a medio y largo plazo?

T.C.: Proconsi es un referente en tecnología en Castilla y León y dependiendo de qué sectores somos también una referencia a nivel nacional. Nuestro interés está en posicionar nuestros productos en mercados internacionales, sobre los que ya hemos dado nuestros primeros pasos, como el mercado marroquí por ejemplo.