

FORMACIÓN DE PRECIOS Y COMPETENCIA EN EL MERCADO ESPAÑOL DE CARBURANTES

MILAGROS AVEDILLO CARRETERO (*)

Subdirectora de Mercados de
Hidrocarburos Líquidos
Comisión Nacional de Energía

El petrolero fue el primer sector energético que se liberalizó en 1992, proceso que, como en el resto de los ámbitos energéticos, fue impulsado fundamentalmente por la Comisión Europea como medida para la convergencia europea y la configuración del mercado único. Hoy es el sector energético con el mayor grado de avance en el proceso de apertura y puede calificarse

de un mercado maduro. Numerosos jugadores han desembarcado para competir en casi todas las actividades petroleras nacionales. Se ha finalizado la privatización de las empresas que integraban el antiguo monopolio de petróleos, hay una amplia presencia de capital extranjero y conviven empresas de todos los tamaños, desde las grandes compañías mundiales, hasta agentes muy atomizados que ocupan nichos de mercado en varias actividades.

Sin embargo, el sector sigue manteniendo una fuerte atención por parte de los órganos de competencia, no solo en España, sino también en el resto de países de la Unión Europea. Ha sido origen de frecuentes denuncias sobre prácticas contrarias a la competencia y hoy podemos encontrar numerosos expedientes referidos a ellas en la Comisión Nacional de la Competencia, que además viene desarrollando estudios individuales sobre industria de los carburantes de automoción desde el año 2009.

A nivel de los medios de comunicación, el comportamiento de las compañías petroleras se ha puesto a menudo en tela de juicio, con afirmaciones, en ocasiones algo precipitadas que ponían en duda la legitimidad de la formación de los precios de los car-

burantes e insinuando manipulación por parte de las empresas dominantes. Esta situación se acentúa cada vez que el precio del petróleo reinicia una escalada, como ha sido la del último año 2011, en el que los precios de los carburantes han crecido un 12% en gasolina y un 23% en gasóleo, fenómeno que además se está intensificando en el inicio del año 2012.

Estos aumentos de los precios han supuesto que el gasto medio por vehículo diesel pasase de 2.600 euros a 3.150 en un solo año, esto es, una familia vio incrementada su factura de carburantes en 550 euros de media. En un entorno económico en el que la renta real de las familias ha venido cayendo desde 2009, no es de extrañar que la situación provoque fuerte indignación entre los consumidores, que reclaman una mayor actuación de las instituciones.

Más graves aún son los efectos desde el punto de vista macroeconómico de una subida de los precios de la energía, pues su impacto sobre la inflación perjudica tanto a los factores de demanda como a los de oferta, deteriorando la productividad, el crecimiento y, en definitiva, el empleo. No hay que olvidar los efectos sobre el déficit comercial de la importación de petróleo, muy significativos para España, un país prácti-

camente dependiente en un 100% de los recursos extranjeros. Así, el comportamiento de los precios de los bienes energéticos en 2010 explicó 0,7 puntos porcentuales del aumento de la inflación y, según el Ministerio de Industria, cada subida de 10 euros en el precio del barril de petróleo, tiene un coste para España cercano a los 6.000 millones de euros anuales.

En definitiva, estos elementos convierten al sector del petróleo y, en particular, a los precios del petróleo, en un tema de constante actualidad. Su relevancia económica, política y mediática justificaría en condiciones normales un seguimiento particularizado de los precios de mercado, pero ello se hace aún más acuciante en el actual escenario de crisis, en el que el retroceso de la renta disponible de los españoles se combina con un nuevo ciclo de crecimiento de la cotización internacional del crudo y de los derivados del petróleo.

En ningún caso estas actuaciones deberían ir encaminadas a controlar el precio de los productos petrolíferos, pues estas son medidas que confunden al consumidor y abocan a la economía a ineficiencias en el consumo y la producción, con el consiguiente empeoramiento de los desequilibrios macroeconómicos y el agravamiento de la crisis. Se trata, en todo caso, de garantizar que los mercados funcionan en competencia, que los precios reflejan los costes y que los precios internacionales se trasladan eficientemente al consumidor final, evitando cualquier abuso de poder de mercado e incrementos excesivos de los márgenes empresariales.

Para ello, es necesario que exista transparencia en la formación de precios, no solo para el regulador o el organismo supervisor, sino también para el ciudadano, como medio de protección frente a situaciones de abusos pues, con la información adecuada, es el propio consumidor y las instituciones que le representan los que, en definitiva, mejor pueden defender sus derechos. La transparencia es una forma de fiscalizar las actuaciones contrarias a la competencia, cuanto más información, mayor es la protección del consumidor frente a prácticas colusorias y manipulación de los precios.

Así pues, los órganos de competencia y reguladores tienen una doble función: por una parte, supervisar el mercado para detectar las situaciones de abuso, y, por otra, facilitar las herramientas necesarias para que otros sujetos, investigadores, administraciones locales u organizaciones de consumidores, puedan también llevar a cabo esta labor.

Esta mayor transparencia no sólo favorece al consumidor, sino también a las propias empresas, pues evita que se ponga en tela de juicio sus estrategias competitivas con razonamientos basados en especulaciones y enjuiciar los movimientos de los precios a partir de referencias equivocadas. La evolución de los precios finales poco tiene que ver con la capacidad de manipularlos en los casos en los que responden a las oscilaciones de las cotizaciones inter-

nacionales de las materias primas. No hay que olvidar que el precio antes de impuestos de los carburantes se conforma en más de un 70% por el coste de los aprovisionamientos. Además, la fuerte fiscalidad a la que se someten los carburantes de automoción, eleva los precios de venta al público un 40% en gasóleos y un 45% en gasolinas: impuestos que siendo fijos en periodos de precios del petróleo excepcionalmente bajos han llegado a constituir más de la mitad del precio de venta al público.

En este sentido, una de las primeras tareas para entender la dinámica competitiva de los mercados de carburantes exige comprender cuáles y en torno a qué mercados se configuran los precios de los carburantes. Con este fin, los siguientes epígrafes describen, el funcionamiento del mercado mayorista de carburantes, la estructura de la distribución al por menor y, finalmente, los impuestos aplicados a los carburantes de automoción.

FORMACIÓN DE PRECIOS EN EL MERCADO

MAYORISTA ↓

En el mercado mayorista español participan varios tipos de sujetos muy diferenciados. En primer lugar, se encuentran los refineros, que son las empresas petroleras integradas verticalmente y propietarias de las refinerías. En segundo lugar, están los operadores al por mayor que importan productos petrolíferos para venderlo a los distribuidores y consumidores finales. En tercer lugar, participan en este mercado, pero con una presencia muy pequeña, los grandes consumidores. Por último, han proliferado recientemente los productores nacionales de biocarburantes, que vienen a conformar el cuarto grupo de operadores mayoristas del mercado español.

Por su parte, los transportistas y almacenistas ponen al alcance de los operadores la logística para facilitar los movimientos del producto y machear la oferta con la demanda. Aunque forman parte de la cadena de valor, el tipo de regulación española que garantiza el acceso de terceros a la red hace que su actividad deba resultar una barrera de entrada para nuevos operadores.

Pocos productos en España tienen una referencia tan transparente como el mercado mayorista de productos petrolíferos. Efectivamente, en un país dependiente casi en su totalidad del petróleo exterior, los costes de aprovisionamiento dependen exclusivamente de los mercados internacionales; no sólo de los del crudo, sino también del de sus derivados, pues los precios de los productos petrolíferos siguen, naturalmente, las oscilaciones de los mercados de crudo, pero tienen sus propios mercados geográficos y dependen de factores adicionales relacionados con la demanda y la producción.

De esta forma, es habitual que los precios finales de los productos petrolíferos nacionales tengan una evo-

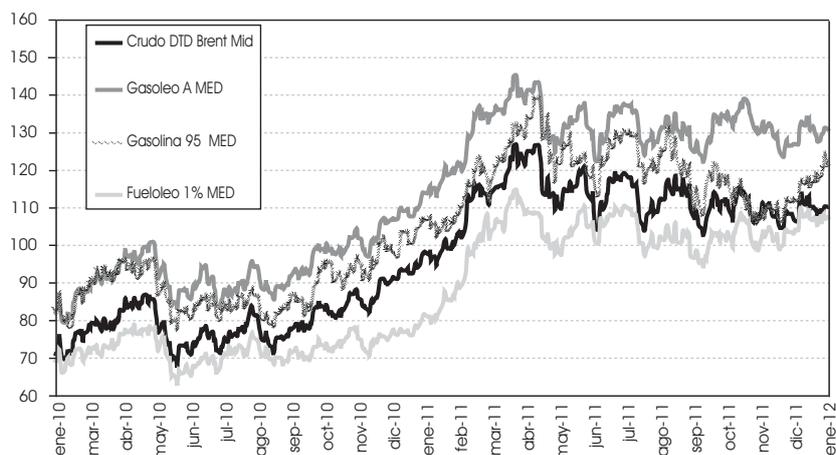


GRÁFICO 1
COTIZACIÓN BRENT Y
PRODUCTOS EUROPA MED
2010-2012
(US\$/BARRIL)

FUENTE: Plots

lución diferente a la observada en los mercados del crudo y, a menudo, se observa un amplio desfase e incluso contradicción de los movimientos entre los precios de los productos y los del crudo. Incluso sucede que aquellos productos con una demanda más débil, y de peor calidad, como es el caso de los fuelóleos, arrojen precios inferiores a los de la materia prima.

En el gráfico 1 se observan estas distintas evoluciones de los principales productos derivados del petróleo, gasolinas, gasóleos y fuelóleos con relación al crudo. Como puede comprobarse, los precios han ido divergiendo en los últimos meses, de forma que mientras la gasolina perdía posiciones en el rango de precios, como consecuencia de la debilidad de la demanda doméstica, los gasóleos y fuelóleos, más ligados con la producción en países emergentes, ha seguido tensando los precios al alza de los productos medios.

Por otra parte, los crudos no son homogéneos entre sí. Existe una gran diversidad en función de su procedencia, lo que les confiere distintas calidades y posibilidades de refino. En general, se dividen en dos grupos, según su densidad y su contenido en sulfuro. Según el tipo de producto, su procesamiento puede resultar más o menos eficiente y, en consecuencia, encarecer el producto final. Entre los hidrocarburos más ligeros se encontraría el gas natural y entre los más pesados, las arenas bituminosas. Los crudos con menos contenido en azufre se denominan dulces y son principalmente los procedentes del Sahara, Argelia y Libia, Noruega o Nigeria. Los denominados agrios, con más contenido de azufre, proceden del Golfo Pérsico o los Urales. Cuanto mayor es la densidad de un crudo y su contenido en azufre, más caro resulta su procesamiento.

Por supuesto, y esto es aún más cierto para el caso español, el comercio internacional de crudo permite arbitrajes entre los productos y no condena a las refinerías de un país a consumir de un solo tipo de crudo. En todo caso, la situación geográfica determina en buena medida a qué tipo de crudos tiene acceso un mercado y la clase de refinerías que conviene desarrollar para su tratamiento.

Como se ha mencionado, para poder consumirlo, el crudo debe ser transformado en productos refinados. Del refino se extraen productos que se agrupan en función de su densidad. Los más ligeros son las gasolinas, las naftas y los petroquímicos, siguen los destilados medios, integrados por gasóleos diesel y querosenos de aviación, a continuación aparecen los destilados pesados como los fuelóleos y, finalmente, del proceso de refinado se obtienen productos como lubricantes y otros aceites industriales, cuyo fin es su utilización como combustibles.

Cuanto más compleja es una refinería, mayor capacidad tiene de mejorar estos procesos y de extraer el mayor porcentaje posible de los productos con más demanda y con un margen económico superior. Las más sencillas obtienen una mayor conversión de productos pesados, pero las más complejas y sofisticadas permiten optimizar la transformación para alcanzar porcentajes de aquellos productos más rentables. Estas últimas exigen la incorporación de más tecnología y, en consecuencia, tienen un coste de inversión superior. A cambio, obtienen una mayor rentabilidad de cada unidad de crudo procesado.

Las refinerías en Europa se concentran fundamentalmente en tres zonas: las del Noroeste, conocidas como NWE, las de la zona del mediterráneo o zona MED y las del Centro y, o zona CEE. Cada una de estas zonas recibe crudos de áreas con calidades determinadas y que, por tanto dan lugar a unos costes medios de productos refinados diferentes entre sí. Además, tienen áreas de influencia diferentes, que determinan a la vez transacciones con otros mercados cercanos. Estas características convierten a cada una de estas zonas en mercados de referencia individuales con precios propios, si bien están tan interrelacionados que las diferencias son muy pequeñas y siguen un patrón muy parecido (gráfico 2).

Por su situación geográfica, España participa de los mercados MED y NWE y disfruta de una gran flexibilidad de aprovisionamientos, no solo en cuanto al comercio de productos finales, sino también en la producción de productos petrolíferos en las refinerías na-

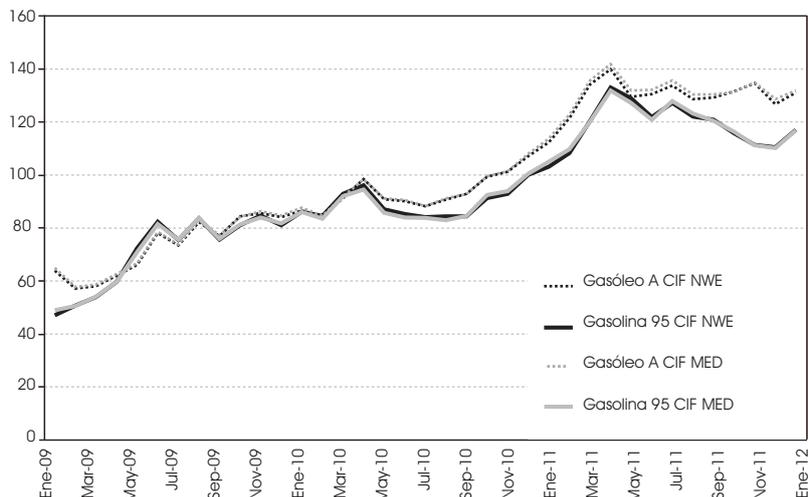


GRÁFICO 2
COTIZACIÓN DE GASOLINAS
Y GASÓLEOS EN LAS ZONAS
MED Y NWE
(US\$/BARRIL)

FUENTE: Platts

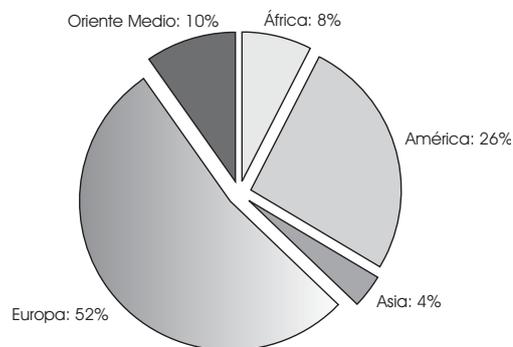
cionales. Está comúnmente aceptado que los precios de referencia aplicables al mercado español se componen en un 30% del mercado MED y en un 70% del mercado NWE, si bien puede observarse que la procedencia es muy diversa y no coincide con estos porcentajes. Así, cerca del 60% de estas importaciones son de gasóleo, alrededor del 25% de fuelóleo y el resto de queroseno, siendo su origen tanto de los mercados americanos como de los europeos de la zona NWE y de la zona MED (gráfico 3).

Al contrario que las refinerías del Norte de Europa, obsoletas y excesivamente especializadas en los crudos del Mar del Norte, explotaciones hoy en declive, las refinerías españolas disfrutan de una gran flexibilidad, pues tradicionalmente se han nutrido de aprovisionamientos de una gran diversidad de orígenes. Por supuesto, España importa un gran volumen de crudos de Oriente Medio, más pesados y con mayor contenido de azufre, pero también se nutre de crudos nigerianos, del norte de África o rusos de una calidad superior (cuadro 1).

Junto a esta capacidad de diversificar los aprovisionamientos de crudo, las refinerías españolas han hecho un esfuerzo inversor importante en la actualización de sus instalaciones para mejorar su capacidad de conversión y producir productos más demandados. En el caso español, la dieselización del parque de automóviles, fenómeno que, además, se repite en otros países del área euro y convierte a Europa en un importador neto de gasóleo y un exportador neto de gasolina, hace de este producto una prioridad en las refinerías domésticas (gráfico 4).

Con inversiones que rondan los 6.000 millones de euros, las refinerías españolas siguen en este proceso de tecnificación y adaptación a los nuevos requerimientos medioambientales y de demanda de productos para lograr una mayor producción de destilados medios, que según AOP (2) pasará de 18 Mm³/año a 28 Mm³/año en los próximos meses y permitirá reducir la importación neta de gasóleo.

GRÁFICO 3
PROCEDENCIA DE LOS
PRODUCTOS PETROLÍFEROS
EN ESPAÑA DURANTE 2011



FUENTE: Cores

CUADRO 1
IMPORTACIÓN DE CRUDO EN ESPAÑA

	2011(*)	2010	2009	2008
Nigeria	5.538	5.579	5.398	5.045
Otros África	1.720	1.521	6.948	9.756
Libia	1.078	6.826	5.041	5.957
México	4.916	5.928	5.657	7.710
Rusia	6.992	6.665	8.201	8.811
Irán	6.442	7.671	6.270	6.803
Arabia Saudí	6.248	6.571	5.807	6.397
Irak	3.096	1.905	2.250	1.834
Resto	6.909	9.795	6.725	6.195
TOTAL	42.939	52.461	52.297	58.508

(*) acumulado octubre 2011

FUENTE: Cores

En todo caso, como España es un mercado abierto, las refinerías españolas tienen que competir con el

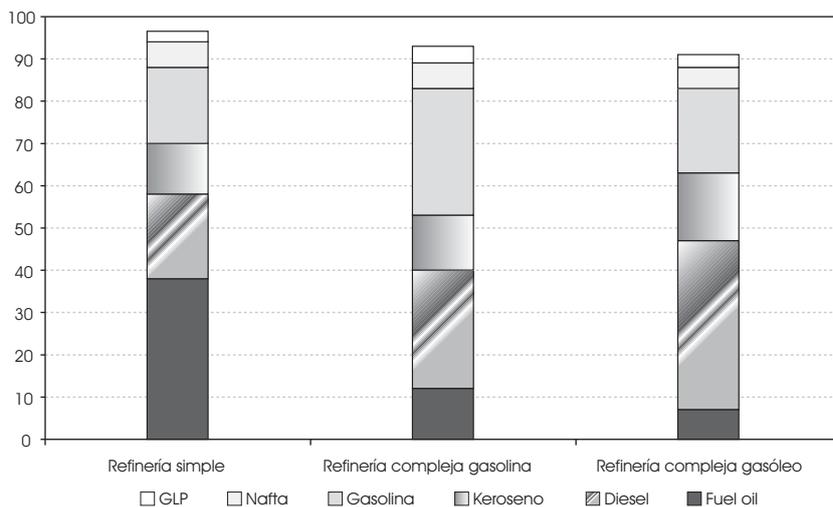


GRÁFICO 4
CONVERSIÓN SEGÚN EL TIPO DE REFINERÍA

FUENTE: CONCAWE.

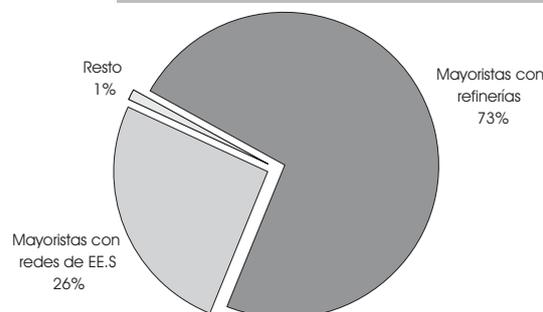
resto del mundo en el aprovisionamiento del mercado español, de forma que las ventajas comparativas con relación al resto del mundo se convierten en mejores perspectivas de los refineros nacionales. Esto es, el precio mayorista de los carburantes en España, independientemente de la productividad de las refinerías españolas, se determina por su coste de oportunidad, el cual se referencia a los mercados de nuestro entorno, el MED y el NWE.

Por supuesto, el coste de aprovisionamiento de los mayoristas españoles nunca será el que determina la cotización internacional y dependerá de la eficiencia de cada sujeto y de su capacidad de negociación en el mercado internacional. Si se trata de operadores integrados, su coste de aprovisionamiento dependerá de la eficiencia de sus refinerías y la diferencia con la cotización internacional se convertirá en un margen empresarial. Así, en el mercado mayorista español (gráfico 5) compiten compañías integradas junto con un amplio número de sujetos que pueden ser traders, operadores mayoristas con una red de estaciones de servicio, entre otras. Las integradas mantienen una cuota de mercado superior, sin duda, derivada de sus ventajas comparativas respecto de otras compañías.

En todo caso, estas empresas integradas sufren la presión competitiva de los productores de otras regiones como Estados Unidos, Rusia o Latinoamérica, donde las exigencias medioambientales sobre CO₂ son más laxas y donde no soportan las inestabilidades políticas recientes de Oriente Medio, que han estado ocasionando interrupciones en el suministro procedente de Libia o que, en los próximos meses, tendrán que hacer frente al embargo de Irán.

Además de la cotización internacional de las gasolinas y gasóleos, en los últimos tres años, los biocarburantes han adquirido un peso trascendental en la formación del precio de los carburantes del mercado mayorista español, pues en media, cada litro de gasolina vendido se compone en un 10% de etanol

GRÁFICO 5
VENTAS POR TIPO DE EMPRESA EN EL MERCADO MAYORISTA ESPAÑOL. AÑO 2010



FUENTE: Cores

y cada litro de gasóleo contiene un 7% de biodiesel. Aunque no es un mercado tan líquido, los biocarburantes también tienen sus propias cotizaciones internacionales. Las referencias aplicables al mercado español para el biodiesel y etanol son las cotizaciones europeas que se indican en el gráfico 6 (en página siguiente).

Como en el caso del refino, tampoco el valor de las cotizaciones es el coste de aprovisionamiento de biodiesel en España, se trata solo de una referencia. De nuevo, el coste de los operadores mayoristas para sus contenidos en biocarburantes dependerá de su habilidad para negociar y, en su caso, de la productividad de su planta de producción. Si las importaciones son más baratas, los operadores importarán y si por el contrario, el biocombustible autóctono es más barato, la producción interna se impondrá.

De hecho, sólo el 54% del biodiesel consumido se produjo en España, el resto se importó desde Argentina e Indonesia entre otros orígenes. En el caso del bioetanol, la producción interna cubrió el 50% del con-

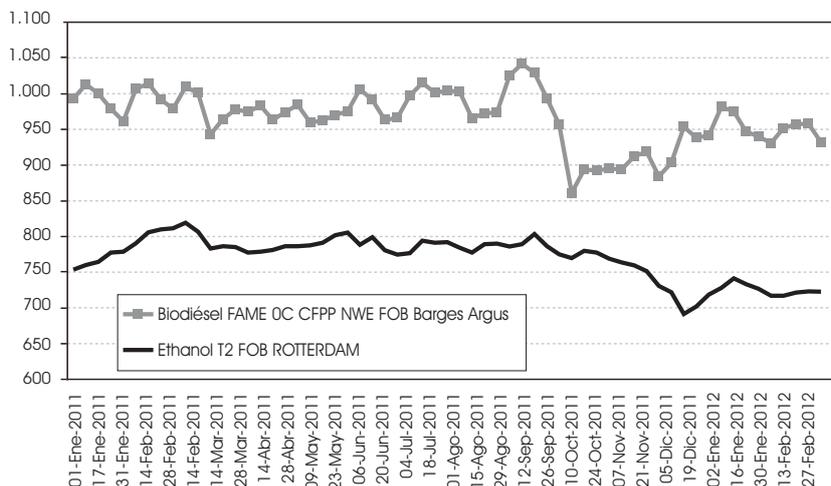


GRÁFICO 6

EVOLUCIÓN DE LAS COTIZACIONES DE LOS BIOCARBURANTES

FUENTE: Plats

sumo, el resto se trajo de Brasil, Estados Unidos y Francia. Ello implica que en 2010 apenas se utilizó el 30% de la capacidad de producción de las plantas españolas de biodiesel.

En el caso de los biocarburantes, es probable que las cotizaciones no reflejen de una forma tan ajustada el coste de oportunidad del producto final, como en el caso de los carburantes fósiles, pues estos mercados no son tan transparentes, líquidos ni están tan estandarizados, ya que los ésteres pueden ser de diversas fuentes, además de los más habituales, el aceite de soja y el de palma. En consecuencia, es más difícil estimar el coste de los biocarburantes en el mercado español con más precisión.

En definitiva, el precio mayorista del mercado nacional de carburantes se acercará a la siguiente relación:

Precio gasolina mayorista de referencia

$$= 0,9 * (0,7 * \text{Gna CIF MED} + 0,3 \text{Gna CIF MED NWE}) - 0,1 \text{Ethanol T2 FOB ROTTERDAM}$$

Precio gasóleo mayorista de referencia

$$= 0,93 * ((0,7 * \text{Go CIF MED} + 0,3 \text{Go CIF MED NWE}) - 0,07 (\text{Biodiésel FAME 0C CFPP NWE FOB Barges Argus}))$$

Donde los valores de estas fórmulas: 0,9; 0,93; 0,1 y 0,07 son las proporciones en carburante convencional y biocarburante, respectivamente, Gna CIF y Co CIF MED y NWE son las cotizaciones internacionales de referencia para los productos fósiles; el Ethanol T2 FOB ROTTERDAM es la cotización de referencia para el etanol en gasolina; y, FAME 0C CFPP NWE FOB Barges Argus es la cotización para el biodiesel.

FORMACIÓN DE PRECIOS EN EL MERCADO MINORISTA ↓

El mercado minorista español está compuesto por un amplio número de distribuidores al por menor que

son, en definitiva, los propietarios de estaciones de servicio. En 2011, estaban censadas cerca de 10.000 estaciones de servicio, de las cuales más de la mitad se constituían como empresas privadas independientes de las compañías de petróleo. Sin embargo, ello no significa que todas estas estaciones de servicio compitan entre sí, pues existen fuertes relaciones verticales entre operadores al por mayor y distribuidores al por menor, que agrupan los puntos de venta de carburantes en amplias redes de distribución, integradas bajo la bandera de conocidos operadores al por mayor. Además, hay que tener en cuenta que el ámbito geográfico del mercado relevante en la distribución suele ser provincial (2), por lo que, salvo en el caso de los operadores integrados, pocos distribuidores al por menor independientes operan simultáneamente en mercados diferentes.

Los vínculos contractuales entre el propietario y el gestor más habituales que determinan la integración vertical entre operador al por mayor y distribuidor al por menor se detallan a continuación:

COCO (Company Owned-Company Operated): Instalaciones de suministro propiedad del operador al por mayor. La gestión del punto de venta la realiza el operador, bien directamente, bien a través de una sociedad filial especializada.

CODO (Company Owned-Dealer Operated): Instalaciones en las que el operador al por mayor conserva la propiedad del punto de venta, pero tiene cedida la gestión a favor de un tercero en virtud de un contrato de arrendamiento de larga duración con exclusividad de suministro de los productos del operador. Existen dos modalidades:

Venta en firme, con lo cual el minorista asume el riesgo económico, vendiendo su producto a un precio libre. El operador únicamente puede establecer un precio de venta al público recomendado.

Comisión: Es el régimen jurídico predominante. El minorista no asume ningún riesgo económico y el ope-

rador marca un precio de venta al público máximo. En este supuesto, el minorista puede vender por debajo de dicho precio (nunca por encima) lo que reducirá el margen unitario de sus ventas.

DOCO (Dealer Owned-Company Operated): Instalaciones propiedad de un particular quien cede a un operador al por mayor exclusivamente la gestión del punto de venta para explotarla por sí o a través de una sociedad filial especializada.

DODO (Dealer Owned-Dealer Operated): Instalaciones de suministro titularidad de una persona física o jurídica vinculada al operador al por mayor mediante un contrato de suministro en exclusiva que suele incluir el abanderamiento de la instalación con los signos distintivos de la imagen de marca del suministrador. El régimen jurídico de suministro mayoritario es el de comisión, si bien es creciente el número de contratos que incluyen la venta de los carburantes en firme.

Independiente: Instalaciones de distribución sin acuerdo de suministro en exclusiva con un operador al por mayor.

Como resultado de esta estructura, las empresas integradas, esto es, aquellas que tienen refinerías en España, suministran alrededor del 70% de los aprovisionamientos al canal de redes de distribución con las que mantienen relaciones contractuales. El resto se reparte en empresas de más o menos envergadura que importan el producto o lo adquieren igualmente en las empresas refinerías nacionales.

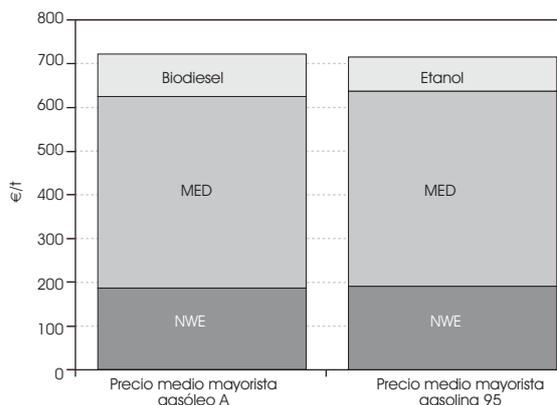
La cobertura de redes de servicio en España es amplia y además ha experimentado un crecimiento importante a lo largo de estos años, que incluso en 2010, en plena contracción económica y de la consiguiente caída de la demanda de carburantes, mantuvo una tasa de crecimiento del 1%. Frente a lo que se pudiera creer, este aumento de los puntos de venta no ha ido asociado a una caída en las cuotas de mercado de los operadores integrados.

Los cambios experimentados se han relacionado, más bien, con la intensidad de las relaciones verticales; han aumentado los contratos en exclusiva y venta en firme, en detrimento de la propiedad directa por parte de los operadores principales. Esto es, ha aumentando el porcentaje de DODOs y ha caído el de COCOs. A diferencia de otros países como Francia, en España la entrada de las grandes cadenas comerciales no ha sido muy significativa y tan solo ha cubierto un 3% de las ventas nacionales (3).

Otro hecho destacable es que la entrada de aquellos nuevos competidores más grandes se ha llevado a cabo a través de la adquisición de las redes de operadores ya instalados; en algunos casos, de grandes petroleras extranjeras sin capacidad de refino en España que querían abandonar el mercado nacional.

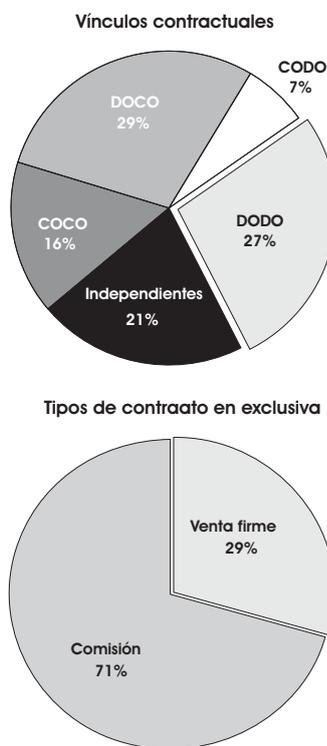
Así pues, en España el mercado minorista de carburantes se sigue caracterizando por una fuerte presencia

GRÁFICO 7
COMPOSICIÓN DEL PRECIO MEDIO MAYORISTA DE LOS CARBURANTES DURANTE 2011



FUENTE: Elaboración Propia.

GRÁFICO 8
RELACIONES VERTICALES DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO EN ESPAÑA DURANTE 2011



FUENTE: CNE.

de las compañías petroleras con contratos de abanderamiento con estaciones de servicio, que pueden ser en exclusiva o venta en firme. Estas relaciones contractuales se deben revisar al menos cada 5 años y se fijan libremente entre las partes. De acuerdo con sus contratos, este grupo de estaciones de servicio

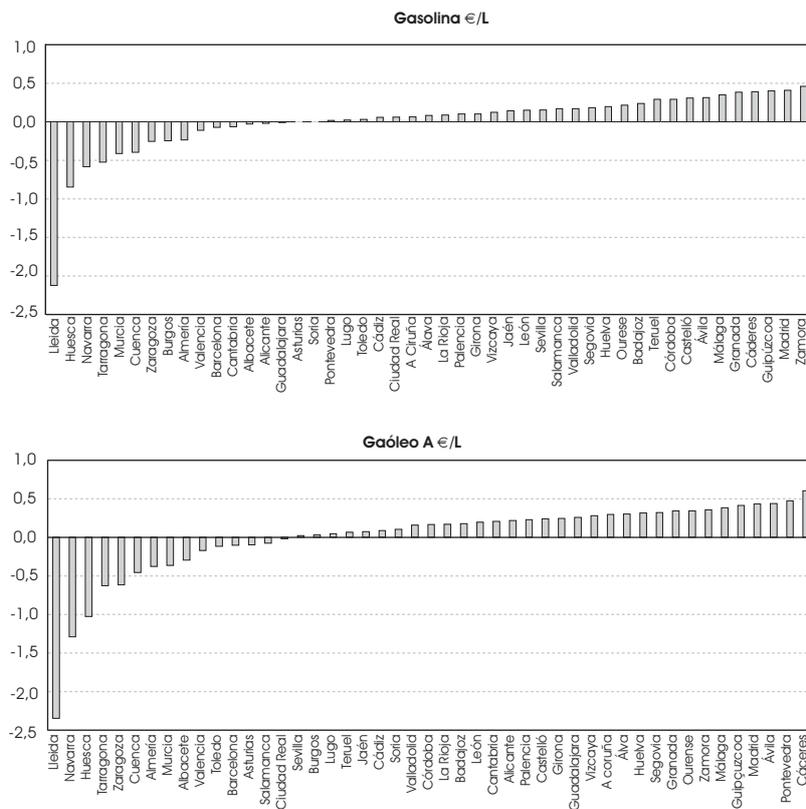


GRÁFICO 9

DIFERENCIAS RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL DE LOS PRECIOS ANTES DE IMPUESTOS DE LOS CARBURANTES EN ESTACIONES DE SERVICIO POR PROVINCIAS. DICIEMBRE 2011

FUENTE: MITYC.

puede desviarse del precio máximo o recomendado, en su caso, siempre a cargo de sus márgenes; esto es, si baja el precio reduce su margen a cambio de una mayor rotación. Obviamente, la reducción de precios tiene un límite, el precio de transacción entre el operador mayorista y el distribuidor al por menor. Por tanto, el operador al por mayor tiene la capacidad de establecer el precio mínimo y, en muchas ocasiones, el precio máximo a través de la comisión.

La dominancia del régimen de abanderamiento por sí sola no es evidencia suficiente de falta de competencia entre estaciones de servicio. Puede deberse a un mercado menos desarrollado y a la naturaleza de los demandantes. Así, algunos autores señalan que el abanderamiento a marcas conocidas responde a las características socioeconómicas, de forma que cuanto mayor es la renta de la región se produce más presencia de marcas con mejor imagen y mayores servicios ligados al producto. La competencia en estos casos no es en precios, sino en los servicios que acompañan al producto, tiendas, servicios de lavado, atención en pista, etc.

Lo cierto es que la adscripción de una estación de servicio a un operador al por mayor, refinero o no refinero tiene diversas ventajas para los propietarios de puntos de ventas de escaso tamaño; disfrutan de las políticas de descuento que ofrece la red, reducen los riesgos de precio en el suministro, soslayan las obligaciones en los contenidos en biocarburantes, que repercuten en los operadores al por mayor, o aprovechan la publicidad de marca del mayorista, entre otras. A cambio, tienen

otros costes de oportunidad, como son los financieros, pues el suministro de carburantes se paga con varios días de antelación a su venta, incluidos los impuestos. Tampoco pueden aprovechar rebajas en los precios de referencia que a menudo ofertan los *traders*.

En un negocio donde la rentabilidad está ligada a una mayor rotación con márgenes muy estrechos, estas ventajas son cada vez más importantes y según avanza la liberalización del sector, más distribuidores al por menor se independizan y empiezan a operar aguas arriba, ejerciendo con ello una mayor presión competitiva allí donde se instalan.

Por el momento, según señala la CNE en sus informes de supervisión de las estaciones de servicio, se observa que, en su mayoría, los precios intramarca, esto es, los precios de las estaciones de servicio que pertenecen a la misma red, son muy similares. Cuando se desmarcan, las diferencias no superan el umbral de 1 c²/L. Por el contrario, las estaciones de servicio independientes suelen desviarse del precio medio con valores muy superiores, desde 3c²/L y llegan a alcanzar, en casos excepcionales, los 10 c²/L. Por tanto, siendo las independientes las menos numerosas, esto explicaría que no se observe una gran dispersión en los precios de los carburantes en España.

El alineamiento de precios en todo caso no necesariamente implica que no exista presión competitiva, de hecho, puede indicar justo lo contrario. Si la competencia es muy intensa los operadores situarán los

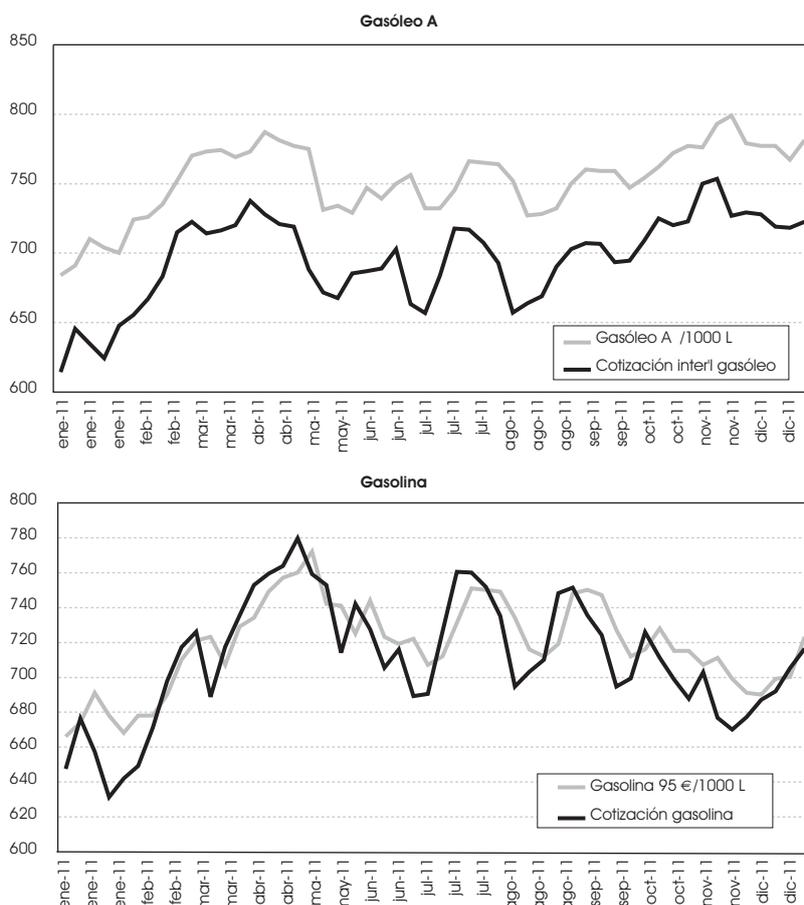


GRÁFICO 10
PRECIOS ANTES DE IMPUESTOS DE LOS CARBURANTES VS. LAS COTIZACIONES DE REFERENCIA INTERNACIONALES

FUENTE: Elaboración propia.

precios muy cerca del coste marginal, lo cual en un tipo de producto homogéneo no resultaría sorprendente. Algunos autores señalan que el grado de competencia en un sector como el de los carburantes se determina por la rapidez de los ajustes entre el precio final y los movimientos en los precios de las materias primas.

La razón es que cuando existe competencia perfecta, las bajadas de los precios deben trasladarse sin demora para evitar una pérdida de las ventas. También las subidas deben trasladarse rápidamente, pues en caso contrario la empresa estaría soportando pérdidas en los costes variables. Empleando el precio nacional observado en el Oil Bulletin, no existe evidencia estadística de que las subidas y bajadas de los precios en España muestren un comportamiento distinto. En todo caso, un análisis más riguroso exigiría ser realizado a partir de observaciones individuales.

En cuanto a los niveles de precios, la Comisión Nacional de la Competencia y la Comisión Nacional de Energía han advertido en diversas ocasiones de que los precios antes de impuestos en España se encontraban entre los más altos de sus socios europeos. En este punto, los operadores argumentan que estas comparaciones no son fiables pues la base de da-

tos empleada no es suficientemente homogénea. Este extremo también se advierte en estudios de la Comisión Europea. Así, mientras en España las medias nacionales se construyen con los precios de cada estación de servicio y de acuerdo con el precio reportado cada lunes, en otros países los precios se construyen con muestras o incluyen conceptos diferentes.

Las diferencias más significativas son: los precios reportados por Italia, Finlandia o Dinamarca tienen en cuenta descuentos; en Holanda, Francia, Alemania, Reino Unido o España no se incluyen descuentos; Alemania reporta sus precios descontando la tasa para la retribución de las existencias mínimas de seguridad; cada país toma una muestra de precios que considera representativa, no necesariamente los precios de cada estación de servicio; y, la fecha de entrada en vigor de los precios no es homogénea. Advertidos de estas diferencias, el gráfico a continuación muestra los niveles de precios entre los países de la UE (gráfico 11, en página siguiente).

A partir de estos datos, en España los precios antes de impuestos, sobre todo los de la gasolina, estarían en los niveles más altos de Europa y serían sensiblemente superiores a los de países como Francia, Reino Unido y Alemania. Por el contrario, aquellos países de

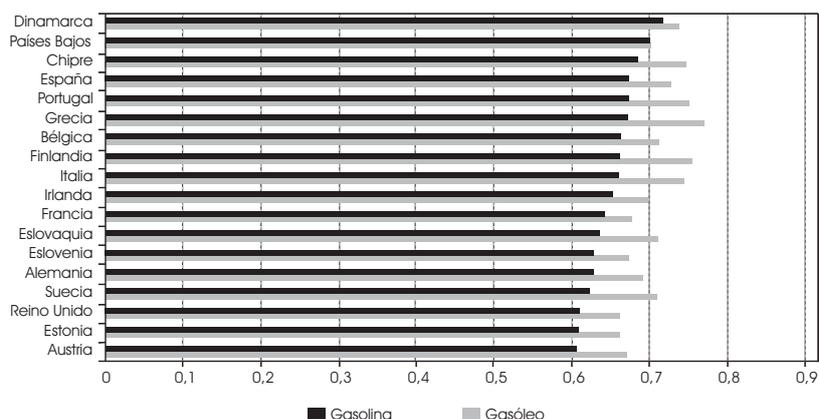


GRÁFICO 11

PRECIOS ANTES DE IMPUESTOS DE LOS CARBURANTES EN PAÍSES DE LA UE. MEDIA 2011

FUENTE: Oil Bulletin Petrolier.

la zona mediterránea, Italia, Portugal o Grecia estarían en niveles más parecidos a los observados en España.

Pueden existir razones de costes que justifiquen estas diferencias. Así, por ejemplo, España tiene una menor densidad de población y un menor consumo unitario de carburantes, lo que haría que las estaciones de servicio arrojen ventas medias inferiores a las de los países con precios más bajos. La necesidad de cubrir costes fijos estaría obligando a imponer un precio unitario superior. En el mismo sentido, la automatización de las estaciones de servicio en Francia o Alemania también podría estar permitiendo alcanzar niveles de precios más competitivos. Por último, la mayor presencia de compañías ligadas a las grandes cadenas comerciales, que en España no han proliferado con la misma intensidad, favorecería que los precios medios con relación a Francia fueran superiores.

LOS PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO ¶

El precio de venta al público de los carburantes soporta un alto porcentaje de impuestos. En España existen tres tipos de impuestos sobre los carburantes: el IVA, los impuestos especiales y los impuestos de venta minorista en el tramo estatal y autonómico. El IVA es el 18% y se aplica sobre los impuestos especiales (0,401 €/L en gasolina y 0,307 €/L en gasóleo) y el impuesto minorista en el tramo estatal y autonómico (0,24 €/L en el tramo estatal y entre 0,17 y 0,24 €/L en el tramo autonómico)

Los biocarburante están exentos del impuesto especial. Con objeto de fomentar el uso de los biocombustibles, la Ley 53/2002 estableció un tipo especial de cero euros por 1.000 litros sobre el volumen de biocarburante mezclado con otros combustibles fósiles. Sin bien, la parte de biocarburante en mezcla no está gravada por el impuesto especial, el consumidor final paga los impuestos especiales de cada litro de carburante como si fuera un producto fósil puro. Es el operador al por mayor quien liquida indirectamente con la hacienda pública los impuestos especiales y retiene la exención fiscal correspondiente al biocarbu-

rante que ha introducido en el producto vendido a los minoristas. Este importe, de 4,01 €/L en gasolina y de 2,15 €/L en gasóleo, estaría destinado a sufragar los sobrecostes derivados de introducir los biocombustibles en las mezclas de carburantes.

No hay que olvidar que estos productos se incorporan en las mezclas por una obligación legal que establece contenidos mínimos en gasóleos y gasolinas (4). Sin esta obligación, es muy probable que estos productos no hubiesen proliferado. Para mitigar el coste de la política energética de fomento de las energías renovables, la Administración española, de acuerdo con las directrices europeas, ha resuelto introducir esta excepción impositiva.

En cuanto al impuesto sobre ventas minoristas, se establecen dos tramos, uno el estatal, común para Península y Baleares y otro autonómico que puede variar entre comunidades autónomas para cubrir sus necesidades recaudatorias. El valor por CC.AA de los distintos tipos se muestra en el cuadro 2.

En todo caso, España tiene uno de los niveles de fiscalidad sobre los carburantes más bajos de la UE. Esto hace que el consumidor español perciba un precio final inferior, a pesar de estar soportando un precio antes de impuestos algo superior, lo que crea una cierta ilusión fiscal al ciudadano, que le impide comparar con nitidez los precios entre países. Este mismo efecto surge como consecuencia de la dispersión de impuestos entre comunidades autónomas. En este sentido es importante que se den a conocer los precios antes de impuestos para que los ciudadanos puedan valorar con claridad las diferencias de precios entre distintos mercados relevantes.

CONCLUSIONES ¶

Los precios de los carburantes en España se fijan libremente por los operadores y los distribuidores al por menor. Se trata de un mercado liberalizado, en el cual la Administración no tienen capacidad de determinar ni el coste de los aprovisionamientos de cada operador al por mayor, ni los precios de transacción entre estos y los distribuidores al por menor. En todo caso, sí exis-

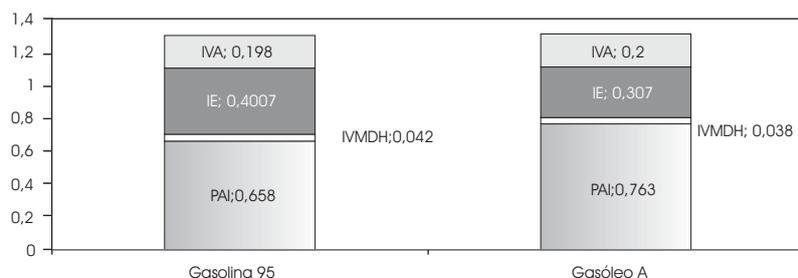


GRÁFICO 12
IMPUESTOS SOBRE EL PRECIO
DE LOS CARBURANTES
DICIEMBRE 2011

FUENTE: AOP

CUADRO 2
COMUNIDADES AUTÓNOMAS QUE HAN APLICADO EL TRAMO AUTÓNOMICO DEL IMPUESTO SOBRE
DETERMINADOS HIDROCARBUROS ¢/1000L

	Tramo Estatal	Madrid	Asturias	Galicia	Cataluña	Com. Valenciana	Castilla-La Mancha	Andalucía	Murcia	Extremadura
Gasolinas	24	17	24	24	24	48	24	24	24	24
Gasóleo de uso general	24	17	20	12	24	48	24	24	12	20

FUENTE: Elaboración propia.

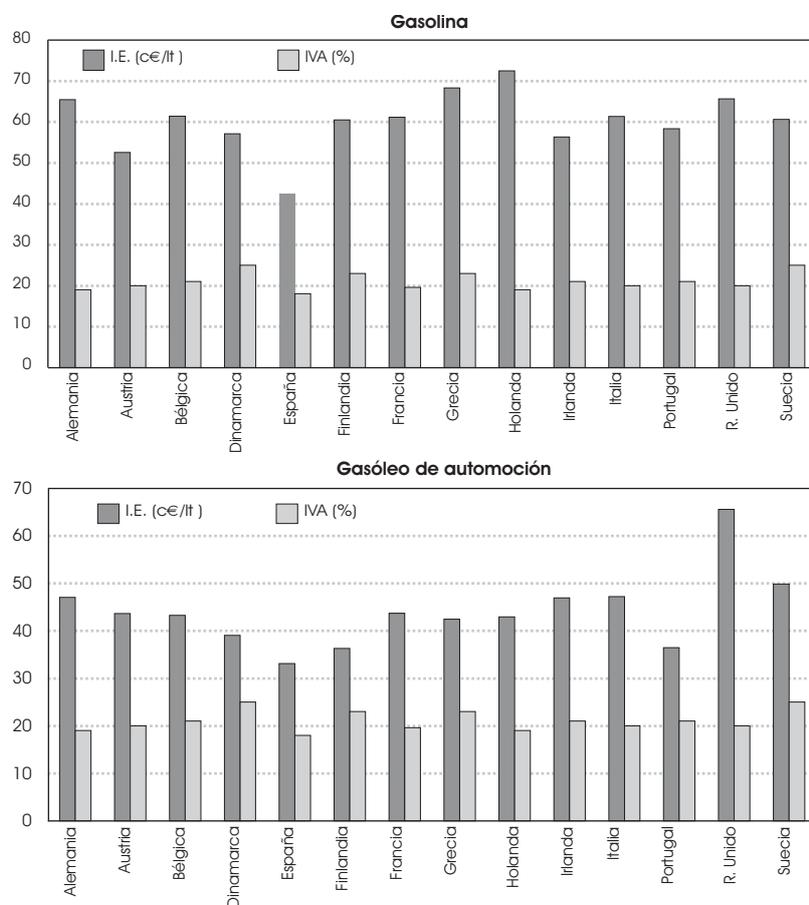


GRÁFICO 13
FISCALIDAD SOBRE LOS
CARBURANTES EN LA UE
AÑO 2011

FUENTE: Oil Bulletin Petroler.

ten referencias que permiten determinar cuál es el nivel y los movimientos que los determinan.

En el caso de los operadores al por mayor sus costes de aprovisionamiento se establecen de acuerdo con el coste de oportunidad, que es el precio internacional de referencia. En España este precio se li-

ga a los mercados de producto MED y NWE. Los biocarburantes también entran en la ecuación de precios, pues su participación alcanza tasas muy elevadas, de un 7% en gasóleo y un 10% en gasolina.

En cuanto a los precios antes de impuestos que fijan los distribuidores al por menor en las ventas a través del

canal, se observa que existe una fuerte integración vertical con los operadores al por mayor. Por una parte, las empresas refineras establecen contratos en exclusiva y de venta en firme con estaciones de servicio de propietarios privados. Por otra parte, los operadores al por mayor que no poseen instalaciones refineras en España, también se integran y crean redes de estaciones de servicio para aprovechar las economías de escala y las ventajas en costes que supone participar en toda la cadena de valor del negocio.

Sin embargo, la entrada de empresas independientes, como los centros comerciales, muestra en España un cierto retraso con relación a otros países de nuestro entorno. Ello explicaría que no exista una gran dispersión de precios entre puntos de venta y una menor presión competitiva entre las distintas redes que en la actualidad operan en España. En los próximos años, es probable que cada vez exista un mayor número de redes independientes de menor tamaño que impulse la competencia en precios en la distribución de carburantes.

Finalmente, la presión fiscal sobre los carburantes es elevada, si bien, es sensiblemente inferior a la de otros países europeos, lo que permitiría al consumidor español disfrutar de unos precios finales menores a los de nuestro entorno. Hay que tener en cuenta que la deducción sobre los carburantes vendría a reforzar esta situación, pues una parte importante de gasolinas y gasóleos, 7% y 10%, respectivamente, quedaría exenta del impuesto especial. Por ello, es conveniente que la Administración dé a conocer no solo los precios de venta al público, sino también los precios antes de impuestos, con objeto de hacerlos comparables entre CC.AA y otros países de nuestro entorno, que también aplican impuestos autonómicos diferentes entre ellos.

La publicación de precios antes de impuestos y de indicadores de competencia, tales como la rapidez en el ajuste a los precios internacionales de los productos petrolíferos, la dispersión de precios entre distintas provincias o la competencia intramarca, entre otros mencionados a lo largo de este artículo, constituirían instrumentos de información valiosos tanto para

los consumidores y medios de comunicación, como para las empresas del sector. Sin duda, dotarían de una mayor transparencia y rigor a la interpretación de los movimientos de los precios de los carburantes, al tiempo que favorecería la competencia en el sector de los carburantes de automoción.

(*) Las ideas expresadas en este documento representan estrictamente la opinión de la autora y en ningún caso suponen una vinculación para la institución en la que trabaja.

NOTAS

- [1] Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos
- [2] Los mercados relevantes de la distribución de carburantes pueden ser más amplios en el caso de las estaciones de servicio que cubren el suministro en autopistas o tener un ámbito geográfico inferior en casos de provincias de mayor extensión.
- [3] En Francia este porcentaje es del 40%.
- [4] Orden ITC/2877/2008 y Real Decreto 459/2011, de 1 de abril, por el que se fijan los objetivos obligatorios de biocarburantes para los años 2011, 2012 y 2013.

BIBLIOGRAFÍA

- INFORME DE SEGUIMIENTO DEL INFORME DE CARBURANTES DE AUTOMOCIÓN (2011): Comisión Nacional de Competencia
- INFORMES DE SUPERVISIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO (2011): Comisión Nacional de Energía.
- INFORME ANUAL SOBRE EL USO DE BIOCABURANTES correspondiente al ejercicio 2010. Comisión Nacional de Energía.
- BELLO, A y CAVERO, S (2007): «Relaciones verticales y competencia en el mercado español de distribución de carburantes: el impacto de las características de la demanda». *Economía: Teoría y Práctica*, diciembre.
- PÖYTRY (2009): Survey of the competitive aspects of oil and oil product markets in the EU
- LA INDUSTRIA DEL REFINO EN ESPAÑA (2010): Asociación Española de Operadores de productos petrolíferos
- ESTRADA, A. y HERNÁNDEZ DE COS, P (2009): «El precio del petróleo y su efecto sobre el producto potencial». *Documentos Ocasionales* N.º 0902. Banco de España
- ESTRADA, A. y LÓPEZ-SALIDO, J.D. (2005): «Sectorial Mark-up Dynamics in Spain». *Documentos de Trabajo*, N.º 0503. Banco de España.