

AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA
DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA

Informe preliminar sobre posibles prácticas monopolísticas por fijación de precios entre empresas competidoras en el mercado del gas vehicular

1. ANTECEDENTES

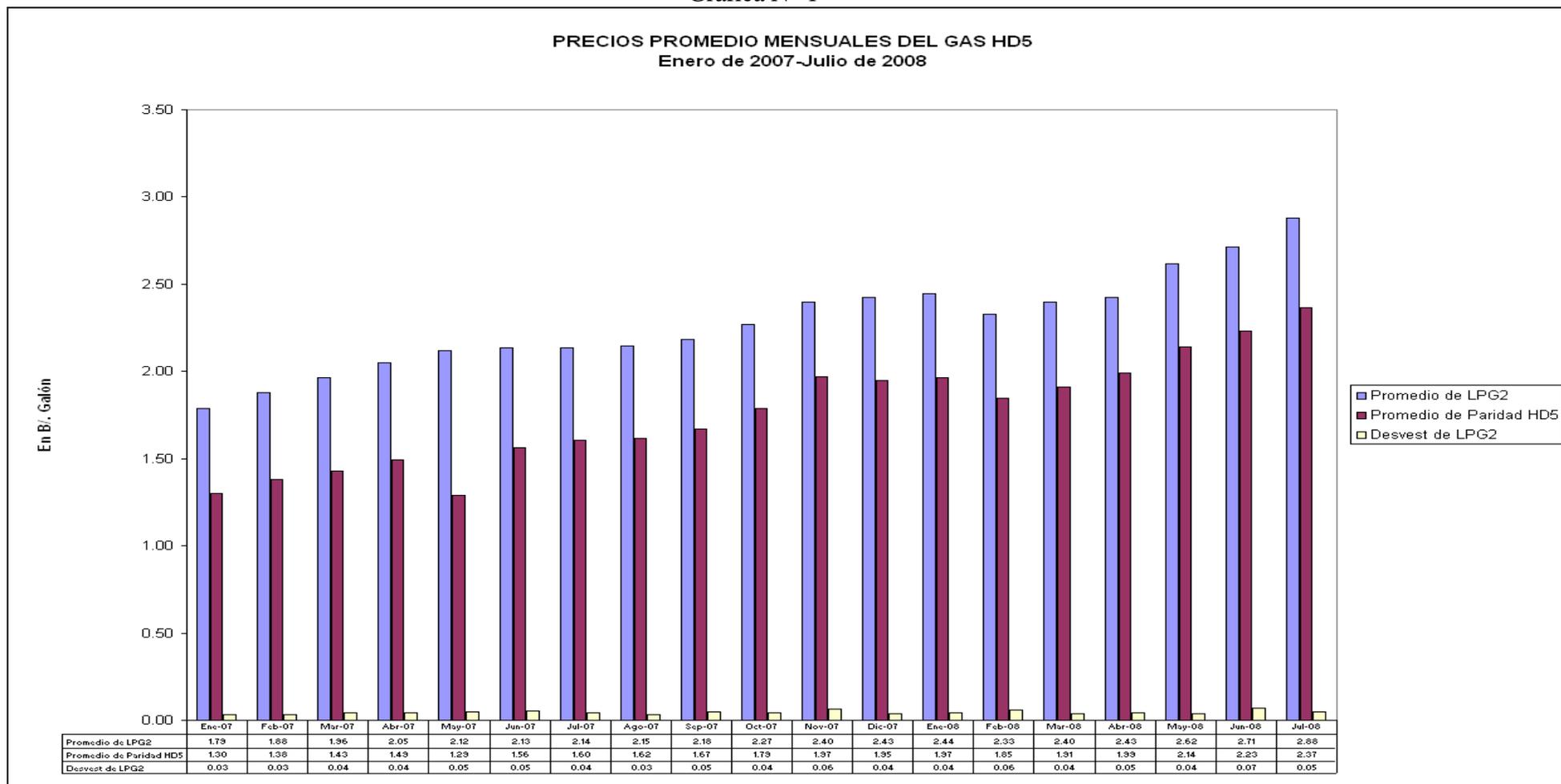
La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) recibió el día 29 de julio de 2008 una nota suscrita por el Sr. Marcos Concepción, usuario del gas licuado de petróleo (GLP), mediante la cual denuncia prácticas monopolísticas de parte de la Empresa Combustibles Ecológicos, S.A. en el establecimiento del precio del galón de GLP y que, según el denunciante no está incluido en la lista del MICI (ahora Secretaría Nacional de Energía), como combustible derivado del petróleo. Explica que es usuario desde hace dos años y medio aproximadamente, y que cuando le instalaron el “kit” de gas en su auto, el precio del gas era B/.1.70 pero que actualmente está en B/.2.90. Que en el último aumento que se dio de la gasolina y el diesel a inicios del mes de julio de 2008, a este producto le subieron 8 centavos, cuando la gasolina 91 octanos había subido 6 centavos, pero cuando se dio la última reducción de la gasolina a finales del mes de julio, a este gas no le bajaron ni un centavo. Considera que se aumentan y disminuyen los precios al libre albedrío por parte de estas empresas, y que su única competencia es el precio de la gasolina. Indica el Sr. Concepción, que existe otra empresa que comercializa el gas automotriz, pero su variación de precio es exactamente igual a la de ésta, lo cual evidencia un concordato entre ambas.

El GLP es un derivado del petróleo y está contemplado en la tabla de precios de paridad que cada catorce días publica la Dirección de Hidrocarburos de la Secretaría Nacional de Energía, junto con el resto de los combustibles fósiles líquidos (derivados del petróleo) y el gas licuado de cocina. No obstante, su precio de venta no está sujeto a regulación en ningún segmento de la cadena de comercialización, por lo que el mismo esta a libre oferta y demanda.

En general los precios al consumidor han seguido las mismas tendencias de los precios de paridad, tal como ocurre con el resto de los hidrocarburos. Esta situación puede evidenciarse para estos dos últimos años, respecto de la gráfica mostrada a continuación. Las desviaciones estándar de los precios al por menor de los concesionarios son relativamente altas, que al tratarse de un producto como éste, al igual que en los demás hidrocarburos, una diferencia de tres o cuatro centavos incentiva la búsqueda de precios para el consumidor y establece un punto de referencia para la competencia.

Por otro lado, el margen bruto promedio, es decir, la diferencia entre el precio de venta al consumidor y el precio de paridad, entre enero de 2007 y julio de 2008, se ha establecido en B/. 0.52 por galón, dando lugar a diferencias de precios marcadas intra y entre concesionarios. Sin embargo, si bien la dinámica de los precios refleja estadísticamente un relativo nivel de competencia, es importante analizar la estructura del mercado, tomando en consideración su evolución, nivel de integración de la cadena de comercialización y posibles acuerdos de exclusividad, que generen algún tipo de barrera a la salida que no pueda llegar a considerarse como razonable, como un punto complementario de este informe y no descartar otro tipo de prácticas que pudieran también resultar anticompetitivas.

Gráfica N° 1



Nota: Bajo el nombre de LPG Vehicular se toma el precio de venta al consumidor del gas licuado de petróleo de uso automotor, en las estaciones de expendio, por parte de ACODECO.

Fuente: Elaborada con datos del MICI y de ACODECO.

2. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN

El día 1 de agosto de 2008 el equipo asignado para esta investigación inicia las diligencias pertinentes a fin de recabar toda la información necesaria para emitir las consideraciones pertinentes sobre el caso en comento. En el plan de acción se estableció como primer paso a seguir determinar cómo funciona el mercado del gas vehicular, y, seguidamente proceder con la verificación de la constitución legal de las empresas que forman parte de este mercado, así como también precisar el comportamiento del precio del gas vehicular desde que se aprueba su uso en nuestro país, a partir del año 2005, y de igual manera conocer el por qué otras empresas que están dentro del mercado de hidrocarburos no han participado en el mercado de gas vehicular.

En virtud de entrevistas realizadas, vía telefónica, a directivos de las empresas vinculadas a este Mercado, y de visitas personales a otras empresas petroleras dedicadas a la venta de hidrocarburos líquidos, así como también de la Dirección General de Hidrocarburos del MICI (ahora de la Secretaría Nacional de Energía); de información obtenida del Internet y de noticias aparecidas en los diarios de circulación nacional, se ha podido verificar que el mercado del gas vehicular funciona de la siguiente manera: en un primer grupo se ubica a la empresas Petroport, S.A., que le vende el gas licuado a Tropigas, S.A., la empresa Tropigas, S.A. adecua este gas licuado con su fórmula propia, compuesta de una mezcla de propano con butano, para venderlo como gas vehicular a las Estaciones de Expendio de Tropigas, S.A., ACCEL y Empresas AB.

Cada una de estas empresas tiene dispuesto máximo dos de sus surtidores adecuados para este tipo de producto, en las estaciones que ellos han designado para despachar el mismo. El consumidor que decide utilizar esta fórmula de gas vehicular debe instalar en su automóvil un “kit” (sistema mecánico utilizado para adaptar el vehículo al uso del gas vehicular) de conversión que instala la compañía GNV (Gas Nacional Vehicular), cuyo costo oscila entre B/.350.00 (Trescientos Cincuenta Balboas) y B/.1,500.00 (Mil Quinientos Balboas). El “kit” es proporcionado bajo la forma de comodato y el cliente se obliga a acudir a las sesiones de mantenimiento, como parte de las condiciones de garantía establecidas por la empresa surtidora. En adición a lo anterior, se establece un acuerdo de exclusividad en el uso del “kit”, condicionado a surtirse del gas vehicular en las estaciones autorizadas, a saber: Tropigas, S.A., Accel y Estaciones AB.

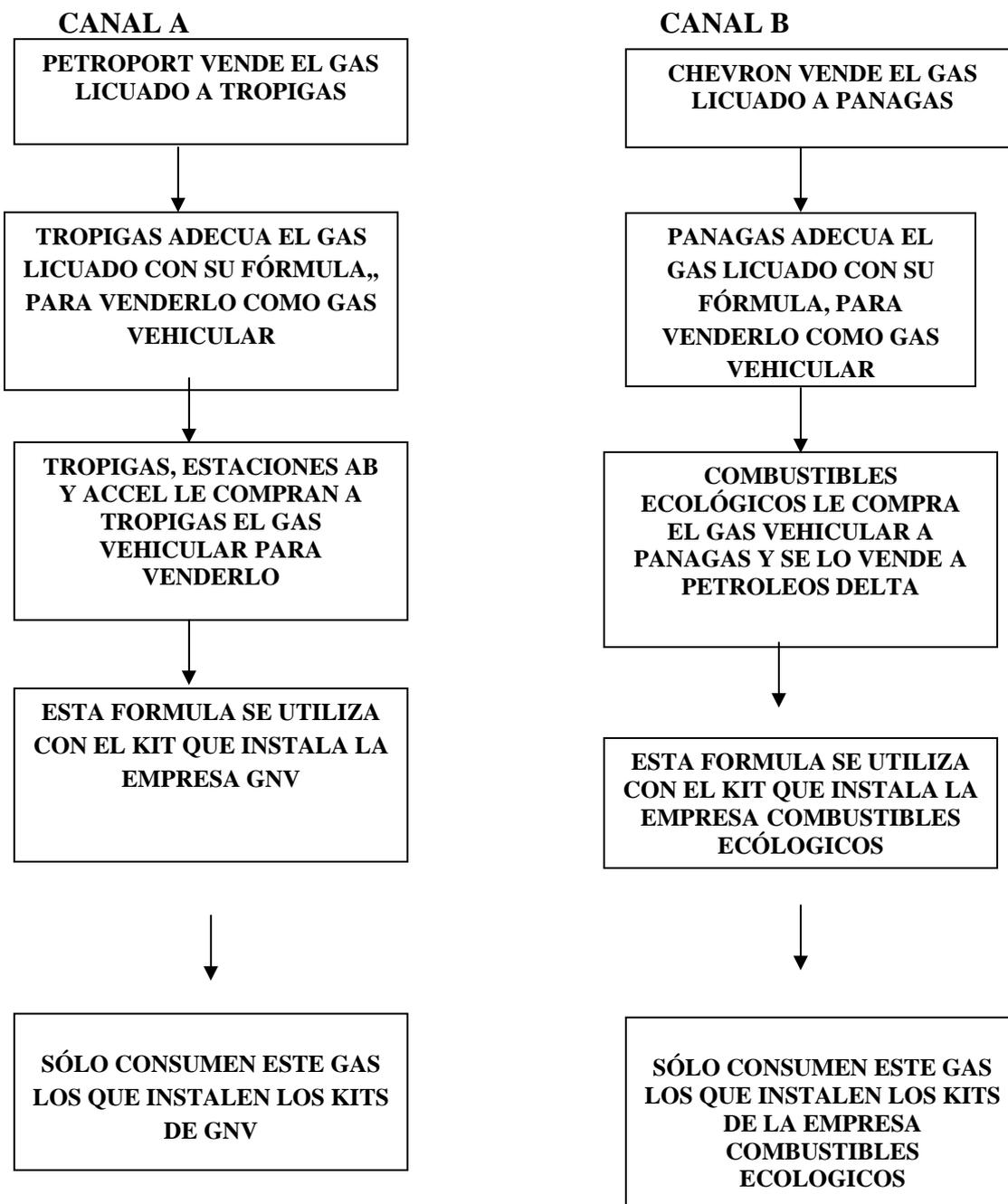
El otro grupo está constituido por la empresa Chevron, S.A., que le vende el gas licuado a Panagas, S.A. Esta empresa adecua el gas licuado con su fórmula propia, que consiste en HD5, y lo vende a la empresa Combustibles Ecológicos, S.A. y éste a su vez lo vende a Petróleos Delta, S.A. Esta empresa petrolera tiene adecuadas alrededor de 15 estaciones de expendio en todo el país para despachar este producto.

El consumidor que decide utilizar esta fórmula debe instalar en su automóvil un “kit” de conversión que instala la Compañía Combustibles Ecológicos, S.A. cuyo costo oscila entre B/.350.00 (Trescientos Cincuenta Balboas) y B/.1,500.00 (Mil Quinientos Balboas), y de allí en adelante tiene que utilizar las estaciones de expendio del grupo PETROLÉOS DELTA, S.A. designadas para que les provea de este gas vehicular. Cabe destacar que los “kit” de Conversión son de propiedad de la compañía, y se formaliza esta situación a través de un contrato de comodato que firman las partes. La empresa Combustibles Ecológicos de Panamá, S.A. también le brinda el servicio de

mantenimiento y reparación de los “kit”, surtidores y demás, de forma gratuita, tanto a sus usuarios como a Petróleos Delta, S.A.

Es importante destacar que en ambos casos, las empresas que instalan el “kit” le adaptan un dispositivo que permite identificar cada sistema y poder surtir de gas vehicular, cuando se hace la recarga en la estación de expendio. De esta forma los clientes que están utilizando un sistema particular, solo pueden surtirse en las estaciones autorizadas por la empresa que instala el dispositivo y no pueden acceder a las estaciones que se manejan con el otro sistema en cada caso, dado que en este caso se justifica el uso exclusivo de un “kit” respecto del tipo de gas que se ha patentado respecto de la norma aprobada.

De lo plasmado se desprende que la cadena de comercialización está estructurada de esta forma:



3. AGENTES ECONÓMICOS INVESTIGADOS

En cuanto a la verificación de la constitución legal de las empresas examinadas, a través de la investigación realizada en la página “web” del Registro público, se obtuvo la siguiente información relevante:

Petroport, S.A., Tropigas, S.A., Estaciones Tropigas, S.A. y Empresas GNV, tienen la Junta Directiva conformada como se aprecia a continuación:

A.- PETROPORT, S.A.

JUNTA DIRECTIVA:

| | |
|------------|----------------------------|
| Presidente | Eduardo Navarro Chiari |
| Tesorero | Eduardo Lewis Navarro |
| Secretario | Antonio de Roux Arosemena |
| Vocal | Eduardo Navarro Quelquejeu |

B.- TROPIGAS DE PANAMÁ, S.A

JUNTA DIRECTIVA:

| | |
|-----------------|---------------------------|
| Presidente | Antonio de Roux Arosemena |
| Vice-Presidente | Antonio de Roux Vallarino |
| Tesorero | Eduardo Navarro |
| Secretario | Eduardo Navarro Chiari |

C.-GNV, S.A.

JUNTA DIRECTIVA:

| | |
|-----------------|---------------------------|
| Presidente | Fernando Lewis Navarro |
| Vice-Presidente | Eduardo Navarro |
| Tesorero | Jean Pierre de Roux |
| Sub- Tesorero | Antonio de Roux Vallarino |

Chevron, S.A., Panagas, S.A., Combustibles Ecológicos, S.A. y Petróleos Delta, S.A. tienen diferentes Juntas Directivas, pero al menos han establecido una alianza estratégica para integrarse a lo largo de la cadena de distribución. Cada una opera de forma independiente.

Se trata en consecuencia de dos grupos económicos que constituyen un oligopolio en la venta de gas vehicular, condicionada al uso de dos tipos de dispositivos, con lo cual el mercado funciona de manera segmentada.

4. COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS

Como se pudo observar en la gráfica 1, el comportamiento de los precios de venta al consumidor, sigue de manera natural la tendencia de los precios de paridad. Las desviaciones estándar, mayores a tres centavos como mínimo, establecen la inexistencia de paralelismo de precios. En la siguiente gráfica, se puede observar que incluso intra marca o bien entre concesionarios, existen desviaciones de más de tres centavos en la mayoría de las veces, para el período en cuestión (año 2007 y 2008).

Los datos de la gráfica 3, muestran un descenso marcado en las ventas de este producto, que puede ser una señal de que el mismo viene en declive o bien que se ha estabilizado

pese a ser una opción más económica respecto de los combustibles líquidos (diesel y gasolina), a pesar de no pagar el impuesto de B/. 0.60 que existe para las gasolineras.

El crecimiento de este mercado está en función de la instalación del “kit”, lo cual limita mucho el crecimiento del mercado, respecto a una situación en la cual los vehículos importados a Panamá, vinieran con este aditamento de fábrica, porque es importante destacar que al tener que realizar una adecuación a estos vehículos para utilizar un combustible alternativo como el HD5, se estaría alterando el producto de fábrica, entendiéndose en este caso que el producto es el vehículo, trayendo consecuentemente la pérdida de la garantía dada por el fabricante, hechos estos, que efectivamente limitan que se de una mayor penetración del mercado, con otras empresas que estarían estimuladas por crecimiento del parque vehicular, apto para utilizar combustibles alternativos como el HD5.

Por el contrario, cuando se observan ventas en declive, no existen estímulos para que otras empresas participen en el mercado y mucho menos si las condiciones de entrada, como en este caso, están en función de la adecuación previa del auto, sujeta a un contrato de comodato a cinco años, como por ejemplo en el caso de la empresa Combustibles Ecológicos, S.A. Es decir, que ante la existencia de costos de transacción, no se generan incentivos suficientes para entrar a esta industria.

En todo caso, lo observado en esta materia deja entrever más bien el deseo de ambas empresas, Gas Nacional Vehicular, S.A. y Combustibles Ecológicos, S.A., en desarrollar este mercado y provocar el interés de las empresas distribuidoras de autos por traer vehículos al menos con sistema dual (uso de gasolina o diesel, en adición a gas vehicular).

Por consiguiente, es dable pensar que este mercado, al igual que otras relacionadas, específicamente en la venta de combustibles fósiles, tenga una estructura oligopólica, tal como ocurre con el gas de butano (para cocción).

5. CALIFICACIÓN PRELIMINAR DE LA CONDUCTA

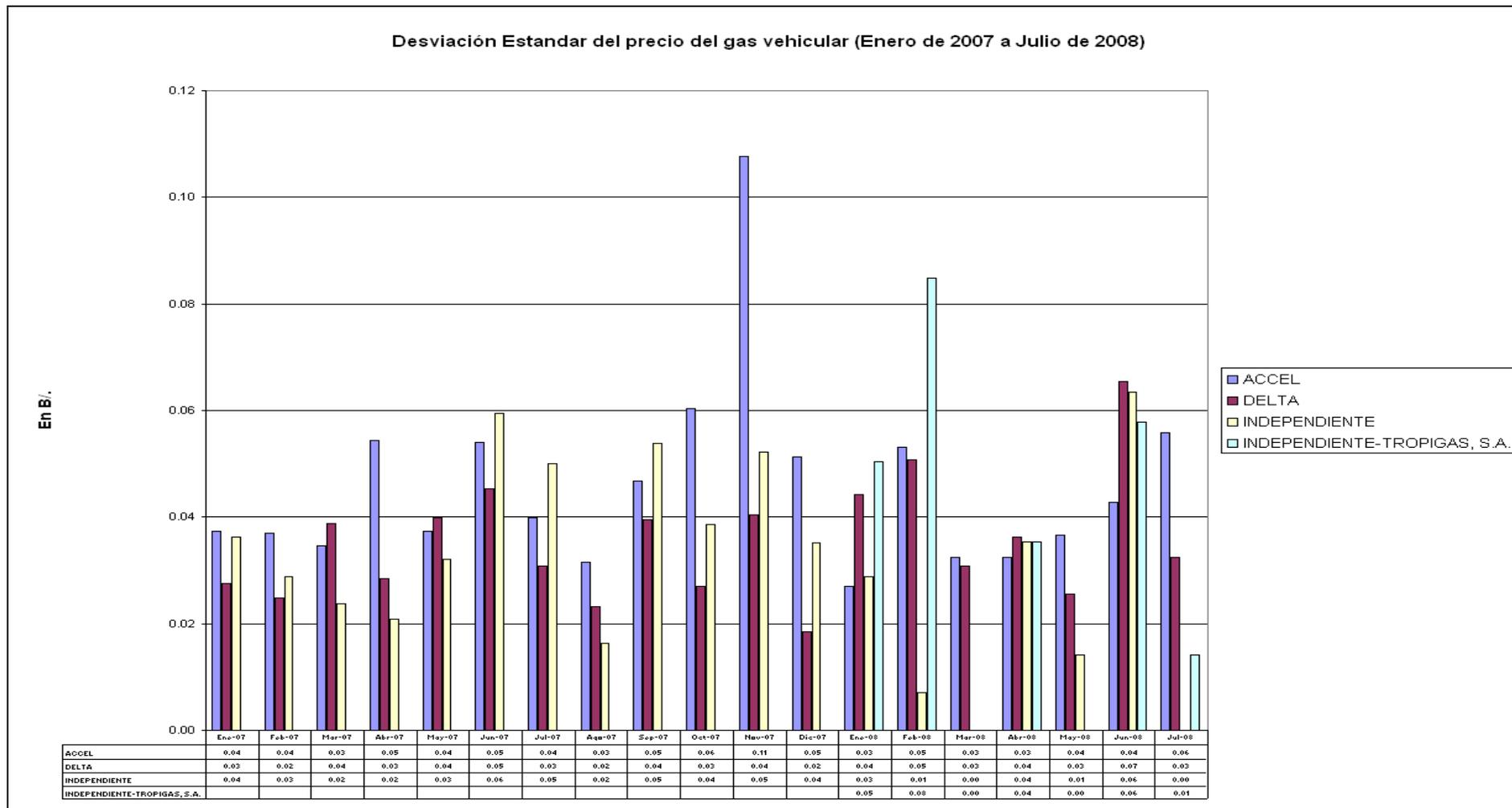
Hasta ahora, y en función de lo analizado, no existen indicios de colusión en precios, respecto de las ventas en estaciones de expendio. De acuerdo a los datos de la gráfica 4, existen diferencias entre las mismas y no se observa un único precio ni desviaciones intra o entre petroleras, que sean nulas o cercanas a cero.

Lo cual evidencia que no se han realizado prácticas que contravengan lo dispuesto por el Artículo No. 13 Num. 1 de la Ley No. 45 de 31 de octubre de 2007 que a la letra dispone:

“Artículo 13. Prácticas monopolísticas absolutas. Son prácticas monopolísticas absolutas cualquier acto, combinación, arreglo, convenio o contrato, entre agentes económicos competidores o potencialmente competidores, entre sí, o a través de asociaciones cuyo objeto o efectos sean cualquiera de los siguientes:

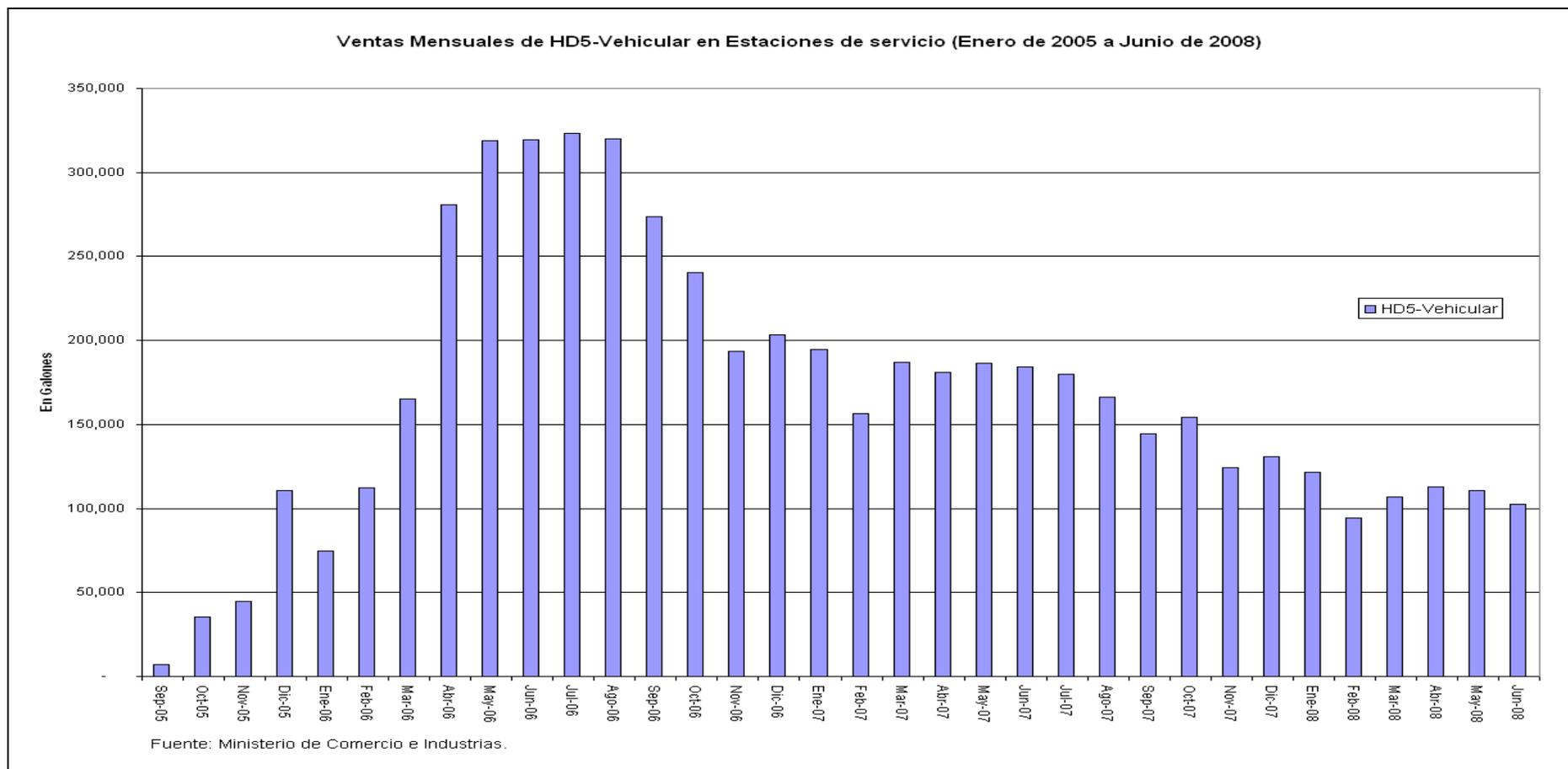
1. Fijar, manipular, concertar, acordar o imponer el precio de venta o compra de bienes o servicios, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto.”

Gráfica N° 2



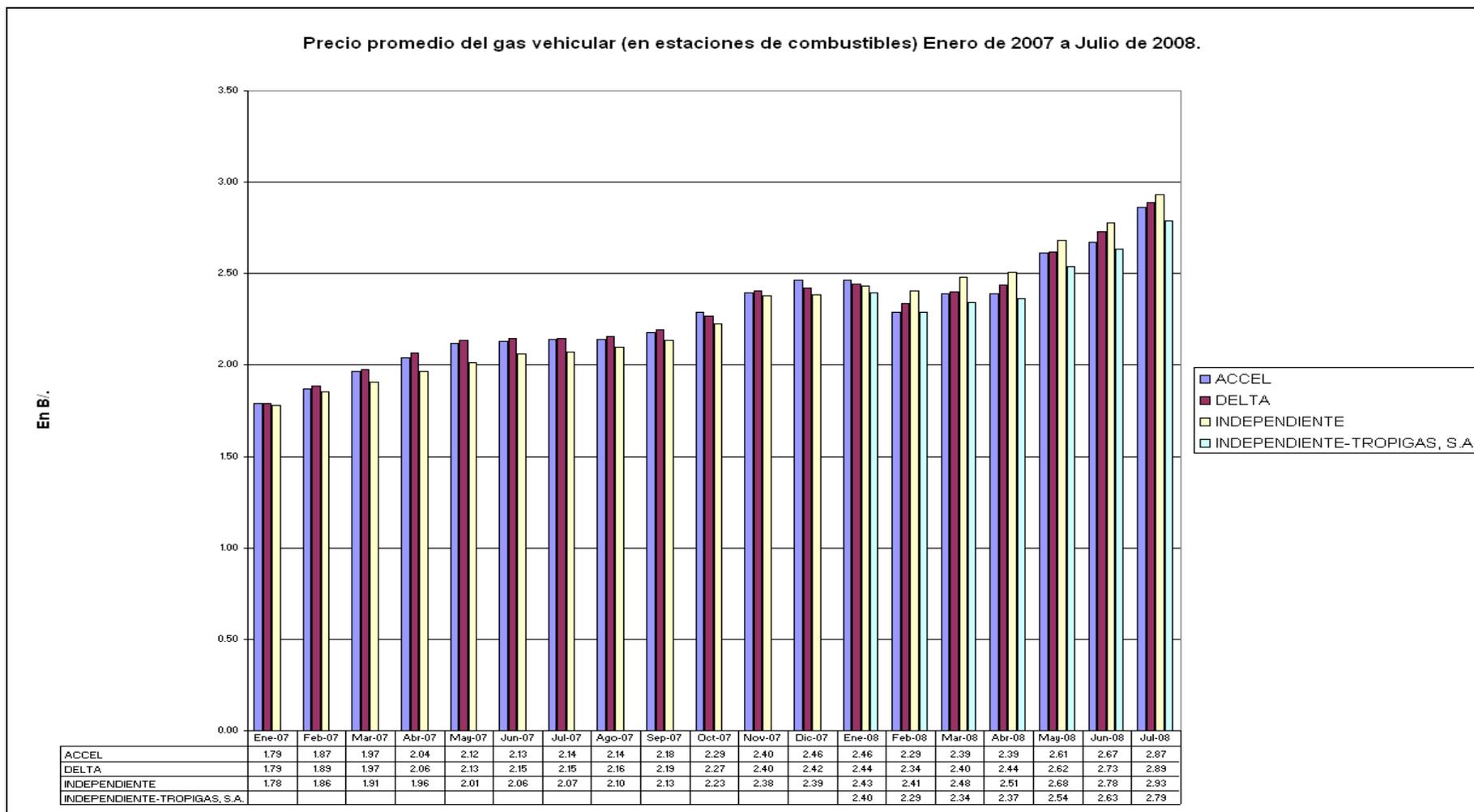
Fuente: ACODECO.

Gráfica N° 3



Fuente: MICI.

Gráfica N° 4



Fuente: ACODECO.

Los precios han seguido las tendencias de los precios de paridad, patrón que se evidencia, respecto de las estaciones de expendio por concesionario, pese a que el precio de este producto no está regulado.

Por consiguiente, es dable pensar que los consumidores tienen la opción de observar los precios por empresa concesionaria antes suscribir un contrato de comodato con alguna de las dos empresas. No existen indicios o evidencia de alineaciones de precios o su fijación paralela entre competidores.

Tal como se observa en la Gráfica No.3, el mercado viene en declive, desde mediados del año 2006, al observarse una caída progresiva de las ventas mensuales hasta mediados del año 2008. Al tener que adaptar el motor del vehículo con un dispositivo, implica un costo adicional, aunque tan solo se cobre por la instalación y quedar sujeto temporalmente al uso de este dispositivo, condiciona la entrada para utilizar este producto.

6. BARRERAS DE ENTRADAS Y BARRERAS DE SALIDA

En cuanto a las barreras de entrada se observa que el costo de los kits, para los usuarios es elevado. Pero si estos resultan sin lugar a dudas costosos, pudiera ser producto de que los costos de producción son altos, debido al material de alta calidad del cual están fabricados los kits, que es acero, así como también las tasas de importación que acrecientan el precio; porque estos productos provienen, algunos de la India, pero pese a esto no hay ninguna restricción en las opciones de consumo.

Pudiéramos tener una barrera a la salida con respecto al contrato de comodato para la instalación del “kit”, que señala en la cláusula décima tercera que el “contrato tendrá una duración de cinco años desde su firma, los cuales serán prorrogables a criterio de El COMODANTE. Desde esta perspectiva se observa temporalmente una barrera a la salida, respecto del COMODATARIO, pues una vez finalizados los cinco años del contrato, se da por terminada la relación contractual, con lo cual se descarta la existencia de elementos subyacentes a una posible situación de abuso, sobre el cliente. Es más, el COMODATARIO que decide dar por terminada la relación contractual, antes del tiempo previsto, sólo debe desinstalar el equipo propiedad del COMODANTE, sin perjuicio de cualquier responsabilidad adicional que resulta por incumplir el contrato. No obstante, estando así las cosas, este funcionamiento del mercado lo consideramos eficiente en virtud de que las empresas instalan y brindan el servicio de mantenimiento de forma gratuita a los kits de su propiedad, que se traducen en beneficios para el consumidor. A estas empresas, cuyo mercado viene en declive lo que les interesa es desarrollar este mercado y esperar, recuperar su inversión hasta que las empresas distribuidoras de autos decidan traer vehículos al menos con sistema dual, pues tampoco se establece en los contratos requisitos sobre compras mínimas a los clientes, toda vez que siguen teniendo la opción de seguir utilizando gasolina o diesel de manera simultánea.

7. CONCLUSIONES

Según el numeral 3 del Artículo 86 de la Ley No.45 de 2007, la ACODECO tiene entre sus funciones y atribuciones “investigar y sancionar, dentro de los límites de su competencia, la realización de los actos y las conductas prohibidas por esta Ley”; Estas prohibiciones, en materia de libre competencia, son: prácticas monopolísticas absolutas, prácticas monopolísticas relativas y concentraciones económicas prohibidas. En el caso que nos ocupa, una vez evaluada toda la documentación e información que obra en el expediente, se puede concluir, preliminarmente, que no existen indicios de la comisión de ninguna de las tres prácticas restrictivas de la competencia, que se compagina con los hechos constatados de que:

- No existen indicios o evidencia de alineaciones de precios o su fijación paralela entre competidores, tal como lo hemos observado en la gráficas presentadas dentro de este análisis.
- Los consumidores tienen la opción de observar los precios por empresa concesionaria antes suscribir un contrato de comodato con alguna de las dos empresas.
- Si bien hay barreras temporales de entrada o salida, en el caso de los consumidores, éstos pueden elegir quien les distribuya el gas, sin sujeción a compras mínimas y teniendo la opción de seguir utilizando gasolina o diesel, según el tipo de motor. En el caso de los agentes económicos competidores, salvo por estrategias comerciales, también son libres de decidir entrar en el mercado del gas vehicular.
- Este mercado, al igual que otros relacionadas, específicamente en la venta de combustibles fósiles, tiene una estructura oligopólica, pero no tiene necesariamente un efecto anticompetitivo.
- Existe un descenso marcado en las ventas de este producto, por múltiples factores explicados a lo largo del análisis.
- El mercado del gas vehicular es un mercado pequeño en nuestro país.

8. RECOMENDACIONES

Archivar el expediente de esta investigación preliminar, y que por lo tanto no procede la apertura de una investigación oficial en este caso.