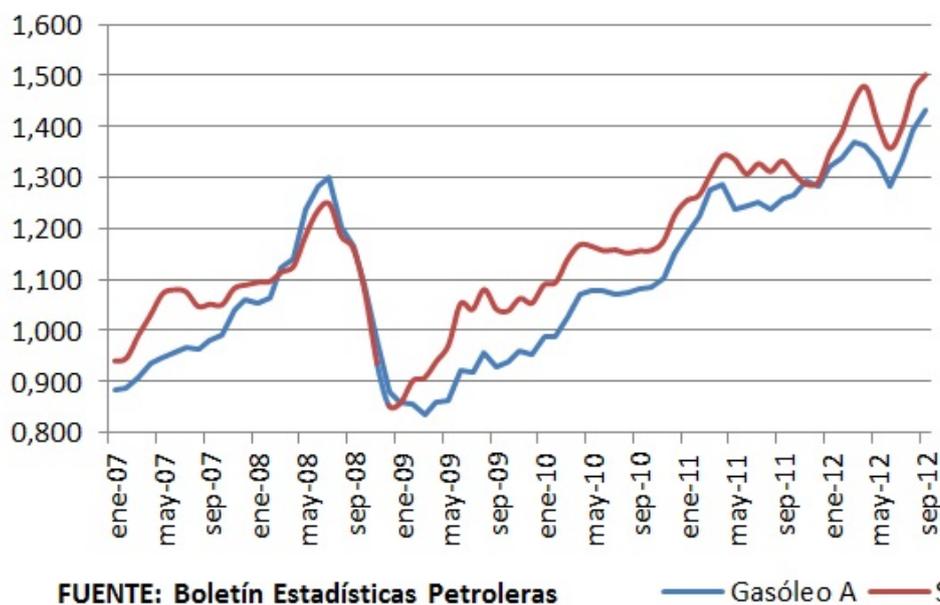


## Carburantes, cohetes, plumas y falta de competencia en el mercado de distribución

Los carburantes han experimentado un alza continuada e importante desde principios de 2009 hasta la actualidad en España. En promedio, en septiembre el precio de venta al público de la gasolina súper 95 y del gasóleo de automoción había subido un 11,7% y un 16,3% respectivamente respecto el fin de 2011, después de incorporar el aumento del IVA que entró en vigor el primer día de septiembre.

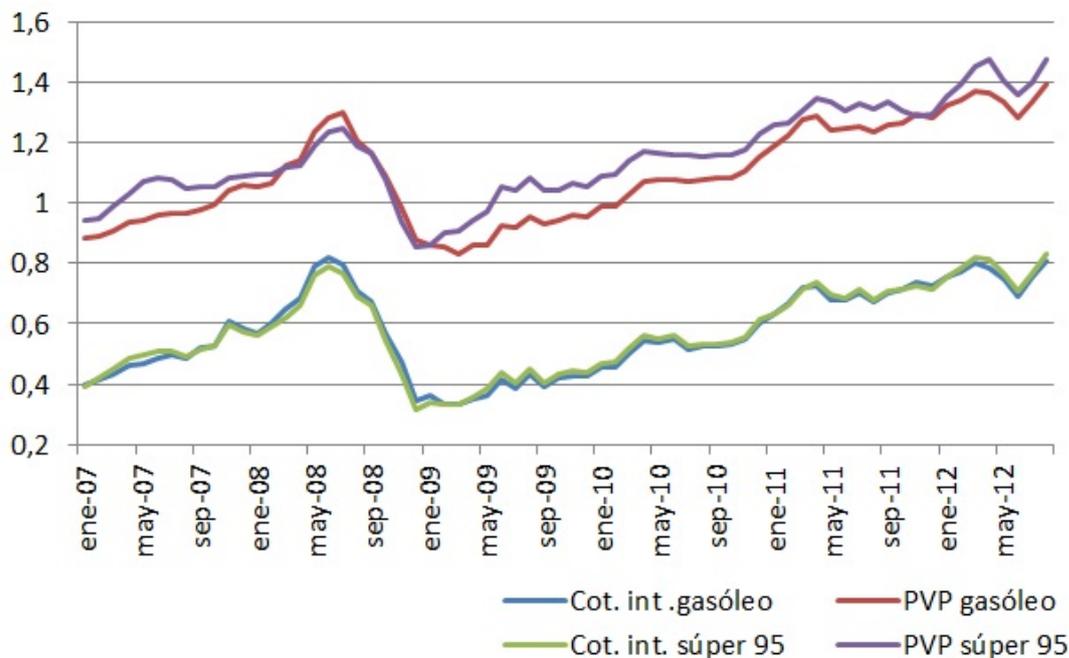
### Alza imparable de los carburantes desde 2009

PVP en euros por litro



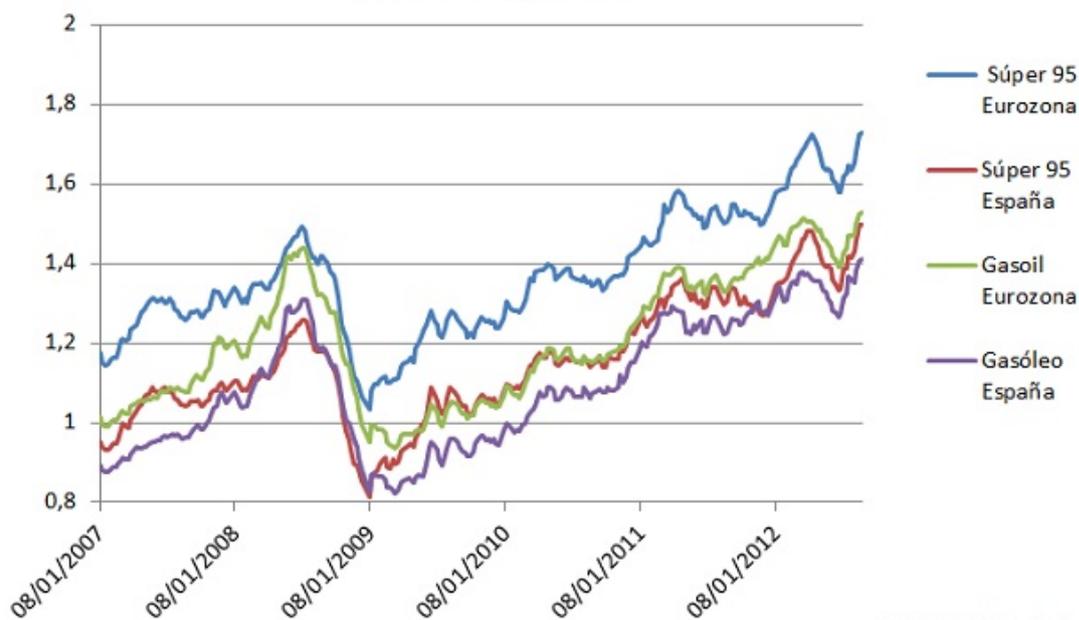
Al margen de este cambio impositivo, la causa principal del alza de los carburantes es atribuible a la evolución de los precios en los mercados internacionales de productos petrolíferos, lo que ha hecho que esta tendencia haya sido generalizada para toda la Unión Europea.

### La cotización internacional marca los PVP de los carburantes



Con todo, el alza de los combustibles de automoción ha sido ligeramente más intensa en España que en el conjunto de la Eurozona. Desde el inicio de la última escalada de precios, que empezó a principios del 2009, el precio de la súper 95 ha aumentado en España un 41,4%, más de cuatro puntos por encima de la subida en la Eurozona. En el caso del gasóleo, el incremento, un 48,3%, también ha sido superior, concretamente 2,4 puntos más que el registrado en el conjunto de países de la moneda única. Estas diferencias pueden ser a causa de los diferentes cambios impositivos introducidos en los países de la Eurozona.

**La subida de carburantes es común en la Eurozona**  
PVP en euros por litro

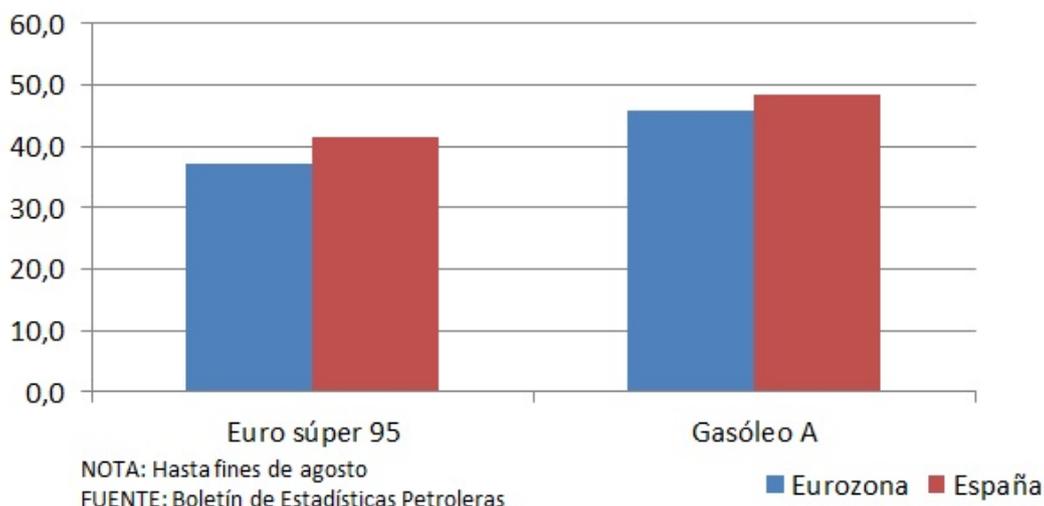


FUENTE: Oil Bulletin UE

A pesar de esta subida, el precio de los combustibles en España sigue siendo inferior al de la mayoría de países de nuestro entorno, diferencia que se explica fundamentalmente por la carga impositiva que soportan, tanto por la vía de los impuestos especiales como por la de los impuestos indirectos generales (IVA). Mientras el conjunto de impuestos soportados por un litro de combustible representa el 48,7% del PVP de la gasolina o el 43,3% del gasóleo en España, estas proporciones se elevan hasta cotas alrededor del 58% en el Reino Unido, país que experimenta una de las fiscalidades más elevadas de la Unión Europea.

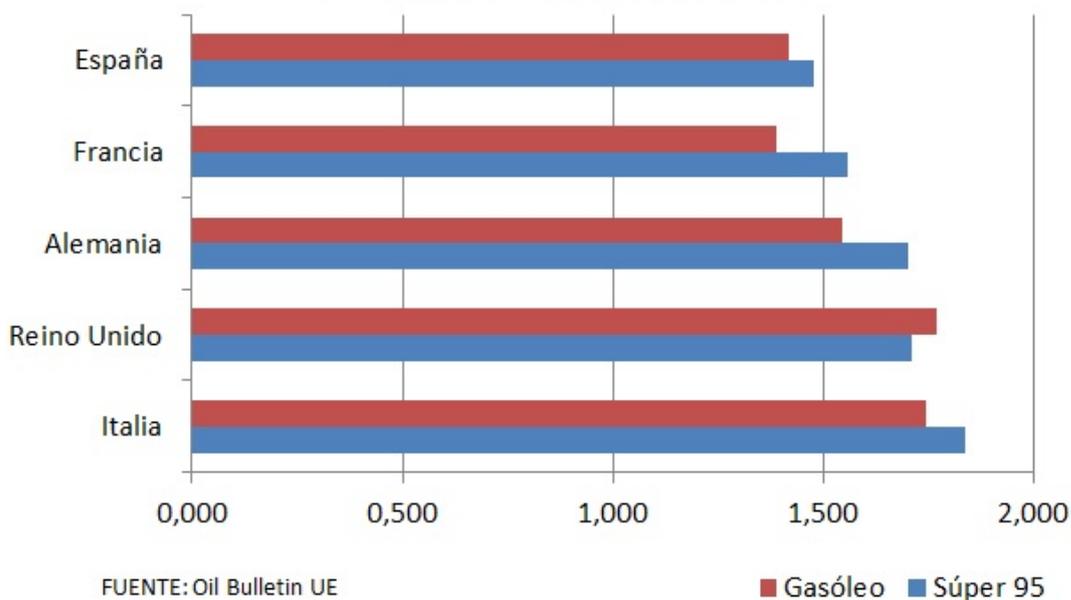
### Los carburantes han subido más en España que en la Eurozona

% variación acumulada 2009-2012 sobre promedios anuales



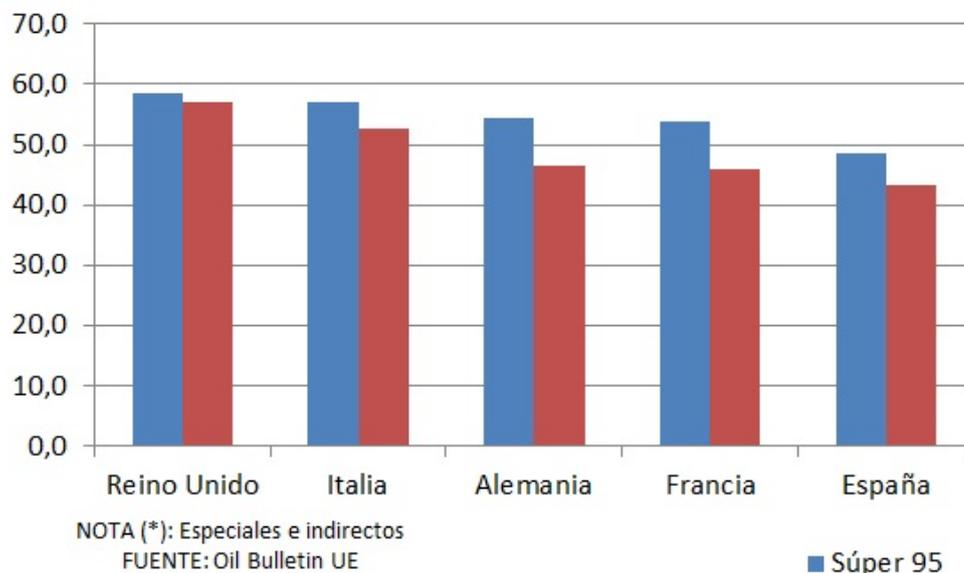
### Los carburantes en España por debajo de Europa

Precios en €/l a 8 de octubre de 2012



### Impuestos sobre el PVP de los carburantes (\*)

% sobre el PVP a 8 de octubre de 2012



Por lo tanto, la situación del precio de los carburantes, a pesar de haber empeorado de cara al consumidor, se encuentra todavía lejos de las pautas dominantes en la Eurozona debido al tratamiento fiscal diferenciado, en especial con respecto a los impuestos especiales.

#### Las diferencias no radican únicamente en los impuestos

Las diferencias de precio en los carburantes no se explican únicamente por el diferencial en la fiscalidad. Un informe reciente de la [Comisión Nacional de la Competencia](#) publicado el 15 de octubre, continuación de otros informes sobre la situación del mercado de distribución de productos petrolíferos, alertaba sobre determinados elementos que cuestionaban el funcionamiento competitivo del sector.

En primer lugar, el informe hace referencia a los elevados márgenes de intermediación de los operadores petroleros en relación a los países de nuestro entorno, entendiendo como margen de distribución la diferencia entre el precio antes de impuestos de los carburantes y la cotización de los productos petrolíferos en los mercados internacionales de Génova y Rotterdam.

En segundo lugar, el informe de la Comisión Nacional de la Competencia apunta también la existencia de notables divergencias en los precios de venta al público de los carburantes según los puntos de venta, sin expresar de manera contundente la incidencia que puede tener la estructura competitiva del mercado en estas diferencias. El informe pone de manifiesto que las diferencias de precio entre estaciones de servicio pueden obedecer a causas muy distintas, más allá de la simple eficiencia de los mercados.

Así, los costes de abastecimiento a un punto de venta determinado pueden explicar la variabilidad de precios en la medida en que queden condicionados por la distancia al punto de suministro o por la dimensión de la estación. Por otra parte, esta dispersión de precios podría obedecer también a factores de demanda tales como la densidad de población, el volumen de tráfico o el nivel de renta de cada territorio. Finalmente, también la estructura de la propiedad y especialmente el grado de concentración de la oferta, en particular el predominio de los operadores más fuertes en un territorio, determinan el nivel relativo de precios. En este último caso, el informe es claro en la constatación de la relación entre situación de dominio de mercado y precios más elevados.

En tercer lugar, también se aborda la cuestión de la simetría y velocidad de transferencia de los precios de los carburantes en los mercados internacionales a los precios de venta al público. En este caso, se constata el fenómeno llamado de “cohetes y plumas” según el cual las alzas en las cotizaciones internacionales se transmiten rápida e íntegramente a los precios minoristas, mientras que los descensos lo hacen más lentamente y a veces de forma no íntegra. El informe estima que, mientras las alzas en las cotizaciones internacionales se trasladan a precios finales la misma semana de la subida, el ajuste a la baja no se produce hasta después de dos semanas y no de manera total.

De esta forma, el impacto de este fenómeno es relevante para la renta de los consumidores en la medida en que no pueden beneficiarse de la deseable baja de precios que deberían repercutir los operadores si actuaran en un entorno más competitivo, y también es perjudicial para las empresas que utilizan los combustibles como input del proceso productivo, pues los precios más altos merman la competitividad.

Estos tres hechos son calificados por la Comisión Nacional de la Competencia como síntomas de funcionamiento poco competitivo del mercado que terminan perjudicando al consumidor. Sin embargo, esta institución, aunque admitiendo que la colusión (es decir, el acuerdo entre empresas para pactar unas determinadas estrategias de mercado) puede ser una explicación del fenómeno, apunta también otros factores que pueden contribuir al funcionamiento poco eficiente del mercado.

**Una consideración especial de los márgenes de distribución**

Una primera aproximación a los márgenes de distribución, la proporciona el comportamiento del precio antes de impuestos de los carburantes (PAI) en la medida en que viene determinado por el coste del producto, ya sea derivado de los procesos de producción o de su compra en los mercados internacionales.

En igualdad de condiciones de compra, por lo tanto, la diferencia en los precios antes de impuestos viene determinada por el margen de intermediación de los operadores petroleros, margen que debe cubrir no sólo los beneficios de la distribución sino también los costes y los seguros de importación, la descarga en puerto, el almacenaje en sus distintas fases y el transporte hasta los puntos de venta.

**El PAI de los combustibles en España supera la media europea**

Diferencial en ct./l del PAI español

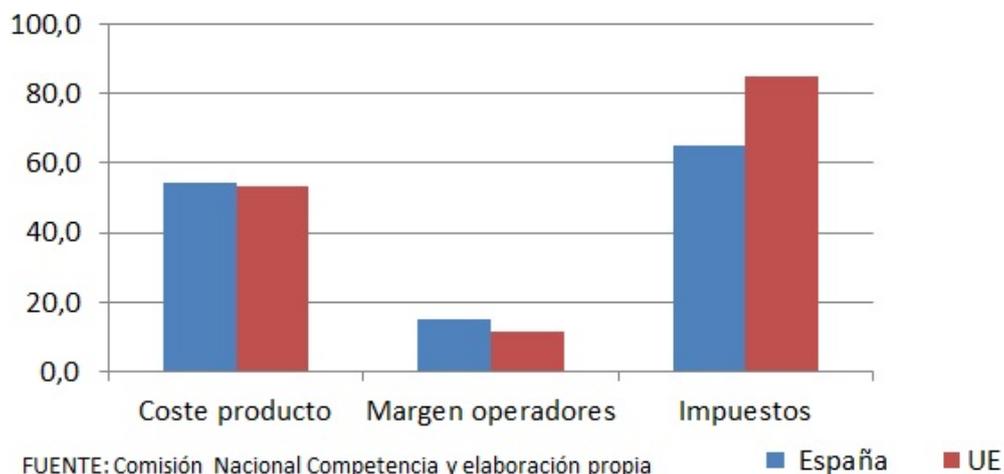


Desde el inicio de la subida sostenida de los precios de los combustibles se aprecia que, de manera sistemática, el PAI de la gasolina y el gasóleo en España está por encima de los precios en la Eurozona, lo que lleva a presuponer que el margen de intermediación de las operadoras en España es superior al de las homólogas de la zona euro.

La Comisión Nacional de la Competencia presenta cifras concretas sobre estos márgenes de intermediación en relación a nuestros países competidores. Así, mientras para la súper 95 el coste de obtención del producto, sea importado o refinado, es muy similar en España y en la Unión Europea, las grandes diferencias aparecen en el margen de los operadores y la imposición. En el primer caso, en términos de precio por litro, el margen de los operadores en el mercado español es un 27,3% superior al de los operadores en la Unión Europea. Por el contrario, los impuestos por litro en España son inferiores en un 23,5% a los soportados de media por los países de la Unión Europea.

### PVP del litro de súper 95 por componentes

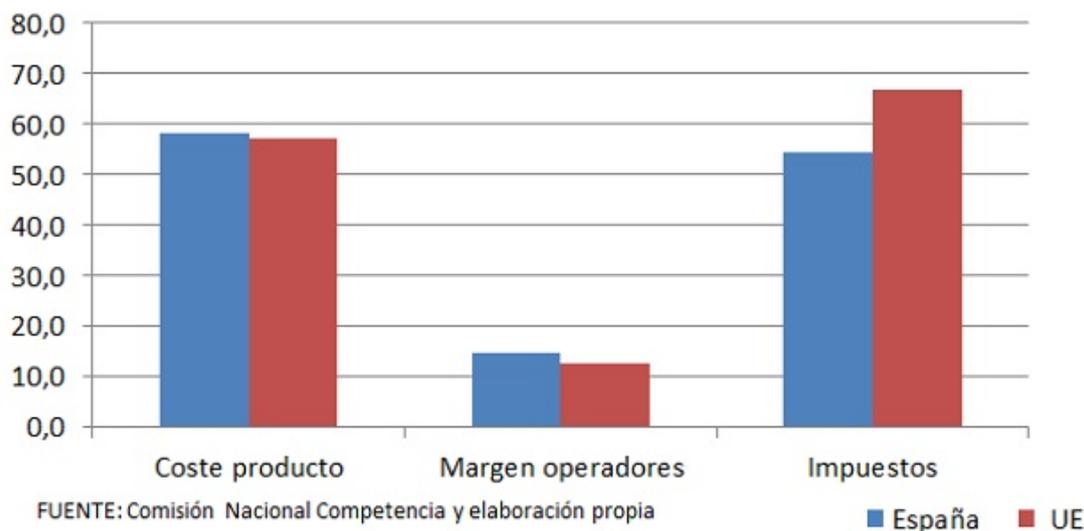
En céntimos por litro  
III trimestre de 2011



Muy similar es el caso del precio del gasóleo. El coste del producto difiere únicamente un 1,4% mientras que en el caso del margen de los operadores la diferencia es de un 17,3% a favor de los que actúan en territorio español. Los impuestos, en cambio, son inferiores en España en un 18,6%.

### PVP del litro de gasóleo por componentes

En céntimos por litro  
III trimestre de 2011



Estas cifras sugieren que el consumidor podría obtener una mejora si los márgenes de los operadores españoles fuesen parecidos a los de la media de la Unión Europea. De hecho, si el margen de los operadores en España igualara a los de la Unión Europea, el litro de gasolina podría ser un 2,4% más barato y el de gasóleo un 1,7%, atendiendo a las cifras del tercer trimestre de 2011. Como ya se ha dicho anteriormente, el margen debe cubrir diferentes costes y su evolución en el tiempo depende de forma importante del grado de competencia en que están sometidos los operadores.

#### Reforzar la competencia en el mercado de distribución de carburantes

Los datos hablan con elocuencia sobre las posibilidades de mejorar la eficiencia del mercado de distribución de combustibles de automoción. En un momento como el actual, en que el ajuste es la norma en el conjunto de la actividad económica, hay que reforzar los mecanismos de competencia donde no funcionen adecuadamente. La Comisión Nacional de la Competencia ha insistido en la necesidad de aplicar las líneas de reforma apuntadas en su primer informe del año 2009, tendentes a reducir las barreras de entrada al mercado y fomentar la entrada de nuevos competidores de naturaleza independiente.

Una de las recomendaciones más importantes se refiere a la necesidad de cambio del sistema de gestión de la CLH (Compañía Logística de Hidrocarburos), que es la propietaria de la red de oleoductos de distribución. El que esta compañía sea propiedad de los principales operadores del sistema condiciona de manera automática los precios de acceso a la red, elemento de capital importancia para dotar de ventajas competitivas a nuevos agentes en el sector. En este sentido, la recomendación de la CNC apunta a la necesidad de que los precios de acceso a la red sean fijados por el Ministerio de Industria y, mientras no sea así, que se establezca un sistema de transparencia en la fijación de precios.

Por otra parte, la CNC también apunta la necesidad de incidir en la regulación para la apertura de nuevas estaciones de servicio, en la actualidad compleja y con plazos muy largos. Asimismo, establece recomendaciones para facilitar el trámite de licencias municipales para la apertura de estaciones de servicio en los grandes centros comerciales.

Avanzar en el fomento de la competencia en el sector favorecería a consumidores y empresas porque se evitan transferencias de renta innecesarias a los operadores petroleros. Y esto es posible a la vista del funcionamiento de este mercado en nuestro entorno más inmediato.