Evaluación de la competencia en el mercado minorista de gasolinas y gasóleos

Juan Luis Jiménez

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Ciencia Compartida (ULPGC)
26 de febrero de 2013

¿Qué se puede hacer?

¿Qué se ha hecho en España? **Estructura**

¿Qué se ha hecho en España? puede hacer?

¿Qué se

Estructura

- Análisis detallado del sector de los hidrocarburos en España, considerando cada una de las fases de producción, distribución, comercialización.
- Fase Refino: Alta concentración
- Fase Almacenamiento: Alta concentración, solapada por los operadores con capacidad de refino.
- Fase Distribución: ¿Monopolio natural? gestionado por los operadores del sistema (multimercado). Mercado geográfico cautivo (oleoducto, carretera, marítimo)
- Fase Minorista: Alta concentración

El informe de la CNC destaca....

- Contratos de suministro a largo plazo.
- Áreas de supervisión especial (CNE).
- Relevancia de la integración vertical: seguimiento de precios recomendados por el operador.
- Reducida competencia intramarca.
- 20% EESS con vínculo débil.
- Importancia de la localización de las EESS.
- Estructura estable en todas las fases.
- Autopistas de peaje.

El informe de la CNC "adolece" de....

- Análisis multidimensional que sustentasen las correctas relaciones bidimensionales y de causalidad presentadas.
- Evolución histórica de procesos de concentración.
- Obtener zonas no competitivas en mercados de transporte de hidrocarburos intrapeninsulares.
- Mayor uso de referencias académicas para el sector, sobre todo el minorista.

Características del mercado vs colusión

Aumenta probabilidad colusión

- Cuotas de mercado simétricas
- Barreras a la entrada
- Elevada frecuencia interacción
- Elevada transparencia mercado
- Crecimiento de la demanda
- Contacto multimercado

Reduce probabilidad colusión

- Número de competidores
- Elevada innovación
- Costes asimétricos
- Asimetría restricciones de capacidad
- Diferenciación de productos

¿Existencia ciclos de demanda?

Fuente: Ivaldi et al (2003)

Cambios P.A.I. en Europa

	Gasolina 95		Diesel		
	Julio 1998	Mayo 2012	Julio 1998	Mayo 2012	
1º	Austria (25,96)	Italia (78,8)	Irlanda (24,76)	Grecia (84)	
2º	Países Bajos (24,76)	Bélgica (76,3)	Austria (23,44)	Italia (81,4)	
3º	Irlanda (23,86)	Portugal (76,2)	Países Bajos (21,16)	Portugal (81,3)	
4º	Italia (23,38)	Grecia (75,6)	Finlandia (20,86)	Irlanda (79,9)	
5º	Grecia (22,06)	España (75,2)	Bélgica (20,31)	España (78,9)	
6º	Luxemburgo (21,88)	Luxemburgo (74,9)	Italia (20,31)	Finlandia (78,2)	
7º	Media Ponderada	Media Ponderada	Portugal (20,13)	Bélgica (77,4)	
	Euro Zona (21,88)	Euro Zona (74,6)			
80	Portugal (21,82)	Irlanda (74,5)	Media Ponderada	Media Ponderada	
			Euro Zona (20,07)	Euro Zona (77,4)	
9º	España (21,82)	Finlandia (74,2)	España (19,41)	Países Bajos (76,6)	
10º	Finlandia (21,46)	Países Bajos (74,2)	Alemania (19,05)	Alemania (76,4)	
11º	Bélgica (21,22)	Alemania (73,2)	Luxemburgo (18,63)	Luxemburgo (76)	
12º	Alemania (20,43)	Francia (71,9)	Francia (15,57)	Francia (73,7)	
13º	Francia (17,07)	Austria (69,1)	Grecia (15,39)	Austria (73,2)	

Fuente: Perdiguero (2012), a partir de datos del MIEyT

¿Qué se puede hacer?

¿Qué se ha hecho en España? Estructura de la presentación

¿Qué se puede hacer?

Líneas de investigación en mercado minorista hidrocarburos:

- Modelos reducidos.- Ecuación de precios en función de algunas variables explicativas. Marvel (1978) como pionero en este sector.
- 2. <u>"Cohetes y plumas"</u>.- Asimetrías en precios minoristas ante cambios en el mayorista ("plumas y cohetes").
- Modelos estructurales.- Determinan el equilibrio del mercado, incluyendo el comportamiento de las empresas. Coloma (2002) o Perdiguero y Jiménez (2009).

¿Qué se puede hacer?

Líneas de investigación en este tipo de mercados:

- Modelos dinámicos.- Analizan la interacción repetitiva de las empresas en el mercado y la estabilidad de los acuerdos. Borenstein y Shepard (1996), Haltiwanger y Harrington (1991) o Slade (1987; 1992)
- 5. <u>"Filtros" empíricos (screening)</u>.- La dinámica de precios bajo colusión difiere al caso de una industria competitiva. Harrington (2007) resume este tipo de metodologías. Abrantes-Metz et al (2006).

Estructura de la presentación

¿Qué se puede hacer?

¿Qué se ha hecho en España?

Artículos de investigación sobre el sector en España

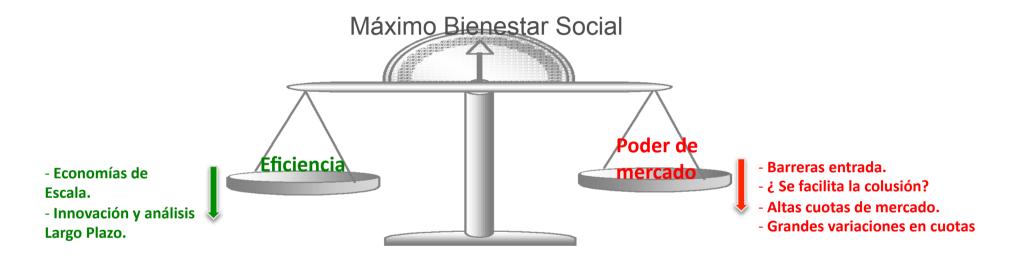
Año	Autores	Metodología	Zona	Resumen-resultados
1999	Contín, Correljé y Huerta	Descriptiva	España peninsular	Abogaban por eliminar barreras para la generación de una competencia minorista efectiva.
2001	Contín y Huerta	Descriptiva	España peninsular	La situación de CLH es un impedimento para la generación de competencia en esta parte del mercado. Se convierte prácticamente en un activo esencial no replicable.
2008	Bello y Cavero	MCO	Navarra y Nacional	El abanderamiento genera mayores precios de venta.
2008	Jiménez y Perdiguero	D-i-D y variación conjetural	Canarias	Analizan fusión DISA-SHELL. No tuvo efectos en los precios porque éstos ya eran cercanos a los de monopolio.
2009	Perdiguero y Jiménez	Variaciones conjeturales	Canarias	El nivel de competencia en las islas está muy próximo al monopolio.
2010	Bello y Contín	MCO	Muestra para la Península y Baleares	Las independientes son las únicas estaciones que incentivan la competencia. Las empresas con capacidad de refino establecen precios más altos.

Artículos de investigación sobre el sector en España

Año	Autores	Metodología	Zona	Resumen-resultados
2010	Perdiguero	Modelo Dinámico	España	La interacción estratégica entre las empresas minoristas está muy próxima al resultado de colusión tácita.
2011	Jiménez y Perdiguero	Coste generalizado y ecuación de precios	Galicia	 Según el coste generalizado, no tiene sentido localizar precios más bajos en estaciones de servicio. Según ecuación de precios, el radio máximo de atracción de las estaciones se sitúa en 17 minutos.
2012	Jiménez y Perdiguero	Filtro de varianza y ecuación de precios	Canarias	Demuestran que sólo las independientes son capaces de disciplinar la competencia efectiva en el mercado minorista.
Varios años	CNC	Descriptiva	España	Reducido nivel de competencia en todos los eslabones de la cadena de producción, distribución y venta del sector.

Implicaciones prácticas

¿Vía libre a las fusiones minoristas?

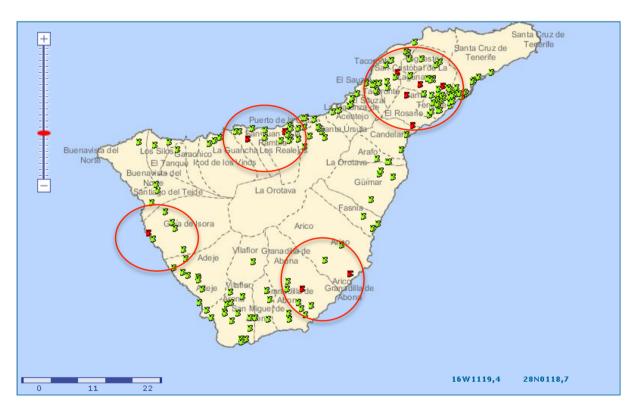


Lo más usual tras una fusión es encontrar aumentos de precios, excepto en el mercado petrolífero (Taylor y Hosken, 2007; Simpson y Taylor, 2008; Jiménez y Perdiguero, 2009)

Fusión Disa-Shell (Jiménez y Perdiguero, 2009): D-i-D muestra que los precios no variaron por la fusión. ... porque las empresas se comportaban en el mercado minorista casi como un monopolio (según el análisis de variaciones conjeturales)

Implicaciones prácticas

Efecto de las independientes



Georreferenciando las estaciones y controlando por:

- Ubicación
- Número de rivales en X metros
- Servicios ofrecidos
- Marca EESS

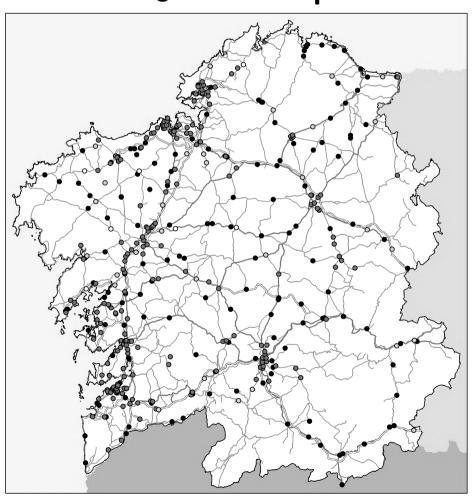
Concluyen que la existencia de una empresa independiente (PCAN) en un municipio logra dos resultados:

- 1. Reducir los precios
- 2. Reducir la rigidez de los precios

Fuente: Jiménez y Perdiguero (2012)

Implicaciones prácticas

¿Merece la pena buscar otra gasolinera?



Probabilidad de encontrar una estación de servicio con precio más bajo en un radio de 20 minutos:

- Probabilidad > 0,5
- 0,25 < Probabilidad < 0,5
- 0 < Probabilidad < 0,25
- Probabilidad = 0

... y en cualquier caso, sólo en 3 de las 511 analizadas, merece la pena desplazarse si se tiene en cuenta el valor del tiempo

Fuente: Jiménez y Perdiguero (2011)

Estructura de la presentación

¿Qué se puede hacer?

¿Qué se ha hecho en España?

Resumen: ¿qué se puede hacer?

- 1. Reducir los problemas que genera la integración vertical entre las empresas.
 - Hacer transparente la relación mayorista-minorista en cada estación de servicio.
 - 2. Generar incentivos para el cambio de abanderamiento.
- 2. Si la competencia es local (17 minutos máximo, Jiménez y Perdiguero, 2011):
 - Procurar la alternancia de banderas de estaciones de servicio.
 - 2. <u>Prohibir</u> la concesión de monopolios en autopistas de peaje.

Resumen: ¿qué se puede hacer?

- 3. Incluir en los datos de las estaciones de servicio, las características de las mismas.
- 4. Reducir trabas administrativas para la entrada al sector minorista.
- 5. Sustentar los resultados del análisis descriptivo con alguna (o varias) de las metodologías existentes.
- 6. Promover y facilitar la entrada de operadores independientes, como disciplinadores de la competencia efectiva.
- 7. ...y sobre todo, <u>firmeza</u> en la toma de decisiones en las fusiones: ganancia de eficiencia *versus* aumento poder de mercado.

Referencias

- Abrantes-Metz, R.M., Froeb, L.M., Geweke, J.F., y C.T. Taylor (2006), "A variance screen for collusion", *International Journal of Industrial Organization*, 24: 467-486.
- Bello, A., y S. Cavero, 2008, "The Spanish retail petroleum market: New patterns of competition since the liberalization of the industry." Energy Policy 36, 612-26.
- Bello, A., e I. Contín (2010): Influencia de los factores de localización en la fijación de los precios de los carburantes de automoción en España, Cuadernos Económicos del ICE, 79, 45-67.
- Coloma, G. (2002): 'The effect of the Repsol-YPF merger on the gasoline market', Review of Industrial Organization, 21, 399-418.
- Contín, I., A. Correljé y E. Huerta (1999): "The Spanish gasoline market: from ceiling reg-ulation to open market pricing", *The Energy Journal*, vol. 20, n.o 4, págs. 1-13.
- Contín, I., y E. Huerta (2001), "Infraestructuras de red en la industria petrolera española" Ekonomiaz, 46: 76-91.
- Ivaldi, M., Jullien, B., Rey, P., Seabright, P., y Tirole, J. (2003) *The economics of tacit collusion*. Final report for DG Competition, European Commission.
- Jiménez, J.L. y Perdiguero, J. (2008) "Mergers and difference-in-difference estimator: why firms do not increase prices?, Mimeo.
- Jiménez, J.L. y Perdiguero, J. (2011) "Does accessibility affect retail prices? An empirical application", Networks and Spatial Economics, 11(3), 677-699.
- Jiménez, J.L. y Perdiguero, J. (2012) "Does rigidity of prices hide collusion?, Review of Industrial Organization, 41, 223-248.
- Perdiguero, J. "Symmetric or asymmetric gasoline prices? A meta-analysis approach", IREA working paper, 13/2010.
- Perdiguero, J. (2010), "Dynamic pricing in the Spanish gasoline market: A tacit collusion equilibrium", Energy Policy, 38: 1931-1937.
- Perdiguero, J. "Vertical relations and local competitino: an empirircal approach", IREA working paper, 24/2011.
- Perdiguero, J. (2012) "Tres décadas de reformas en el mercado español de gasolinas: Historia de un fracaso anunciado", Papeles de Economía Española.
- Perdiguero, J., y J.L. Jiménez (2009), "¿Competencia o colusión en el mercado de gasolina? Una aproximación a través del parámetro de conducta", Revista de Economía Aplicada, 50: 27-45.
- Reilly, B. y Witt, R. (1998), "Petrol price asymmetries revisited", *Energy Economics*, 20, 297-303.
- Rotemberg, J.J. y Saloner, G. (1986), "A supergame-theoretic model of price wars during booms", American Economic Review, Vol. 76, 3.
- Slade, M.E. (1992), "Vancouvers gasoline-price wars: an empirical exercise in uncovering supergame strategies", *Review of Economic Studies*, 59, 257-276.