



*Superintendencia de Competencia*  
República de El Salvador



## **Presentación de Resultados del Estudio: “Condiciones de Competencia del Sector de Gas Licuado de Petróleo (GLP) en El Salvador”.**

**“Los puntos de vista expresados en este documento son del consultor responsable del estudio y no representan necesariamente los puntos de vista del Gobierno de El Salvador, la Superintendencia de Competencia, o de otra institución”**

# Contenido

- Objetivos del Estudio
- Caracterización Sector GLP
  - Regulaciones
  - Evolución de indicadores
  - Precios y márgenes
  - Subsidios y abastecimiento
- Mercados Relevantes
  - Definición y análisis, concentración
- Análisis de Conductas
- Barreras de Entrada y Contestabilidad
- Experiencia Comparada
- Conclusiones y Recomendaciones

# Objetivos del Estudio

- Analizar las características económicas de las distintas etapas de la cadena productiva de la industria del GLP y evaluar las condiciones de competencia.
- Realizar recomendaciones tendientes a mejorar las condiciones de competencia en el sector.
- Proporcionar un marco de referencia analítico para la evaluación de casos o conflictos que pudieran presentarse en el futuro.
- Análisis técnico: no presupone la existencia de determinado tipo de conductas o resultados ni persigue fines sancionatorios.

# **Caracterización del Sector GLP**

# Regulaciones

- La Ley Reguladora del Depósito, Transporte y Distribución de Productos de Petróleo y sus reglamentos
  - Autorizaciones
  - Inventarios mínimos de seguridad
  - Diferenciación marcaria y prohibición de llenado de envases de otras marcas
  - Derecho del usuario al intercambio de envases de distinta marca
- Regulación de precios y subsidio para el GLP en envases <100 Lbs.
- Arancel de importación 0.
- Reglamentos Técnicos Centroamericanos para fabricación de envases.
- Autorizaciones ambientales (MARN).

# Importancia del GLP en El Salvador

- GLP es un bien comercializado internacionalmente (“commodity”).
- Las importaciones de GLP representaron en el año 2006 el 24.4% del total de importaciones de derivados del petróleo y el 15.9% del consumo total de dichos productos.
- Ventas totales de GLP en el mercado interno creciendo a una tasa de 8% anual, período 1995-2006.
- El 67% de los hogares utiliza GLP.

# El GLP dentro del balance de derivados del petróleo

(miles de barriles)

- El GLP incrementó su participación en el consumo de derivados del petróleo desde un 8.7% en 1995 hasta un 15.9% en 2006.

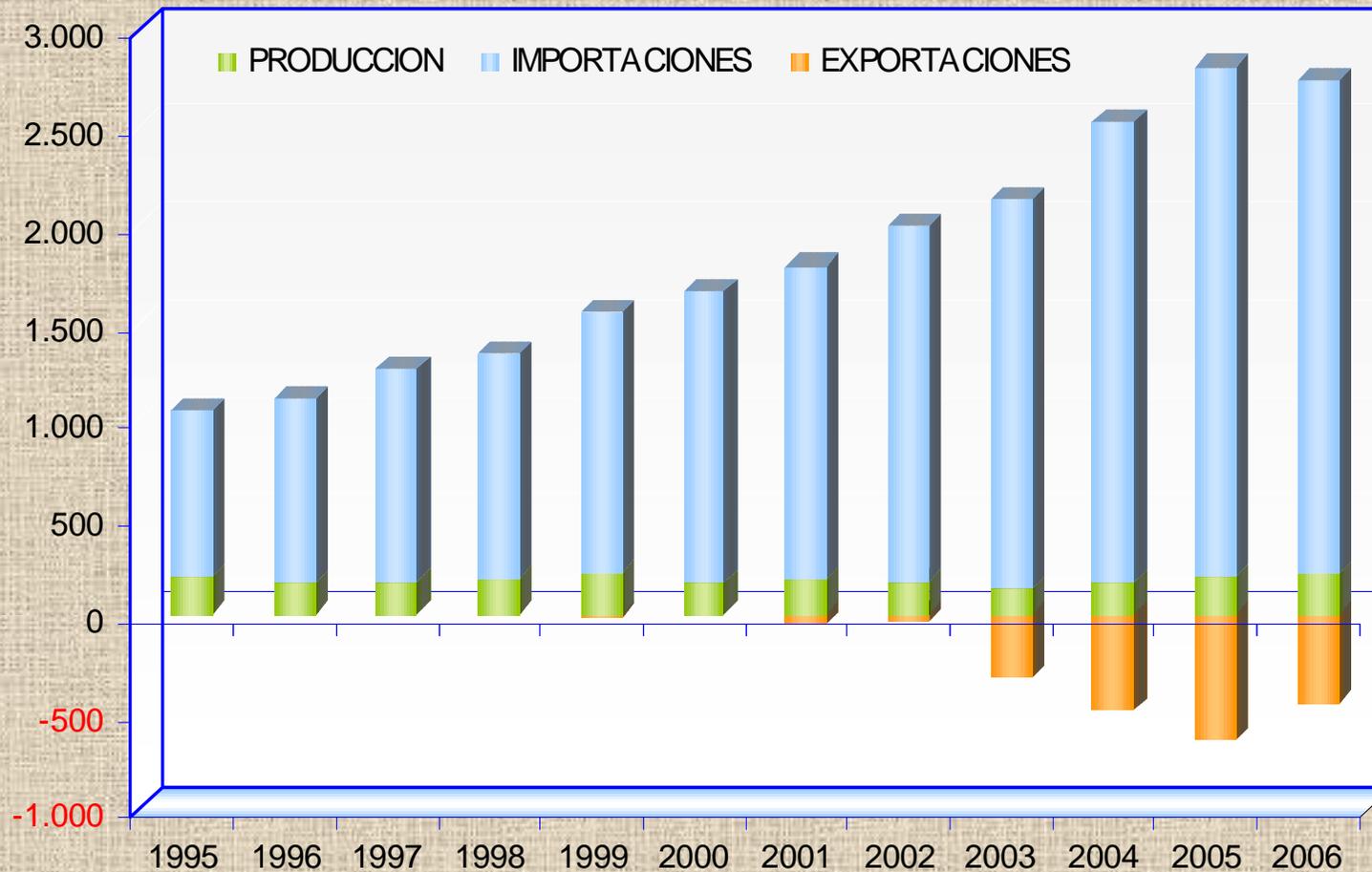
- Ello se dio principalmente a través de un aumento de las importaciones que pasaron de un 13.2% a un 24.4% del total de derivados.

años	detalle	producción	importación	consumo	exportación
1995	GLP	195	846	1.009	
	Total de derivados	5.231	6.421	11.605	1
	GLP/Total Deriv.	3,7%	13,2%	8,7%	
2000	GLP	164	1.481	1.638	9
	Total de derivados	6.638	8.589	14.011	1.905
	GLP/Total Deriv.	2,5%	17,2%	11,7%	0,5%
2002	GLP	168	1.790	1.796	9
	Total de derivados	7.080	9.247	14.818	1.614
	GLP/Total Deriv.	2,4%	19,4%	12,1%	0,6%
2003	GLP	134	1.984	1.946	323
	Total de derivados	6.862	9.801	15.142	1.539
	GLP/Total Deriv.	2,0%	20,2%	12,9%	21,0%
2004	GLP	163	2.331	2.063	500
	Total de derivados	5.853	10.002	15.623	1.048
	GLP/Total Deriv.	2,8%	23,3%	13,2%	47,7%
2005	GLP	192	2.583	2.182	651
	Total de derivados	6.106	9.688	14.562	1.091
	GLP/Total Deriv.	3,1%	26,7%	15,0%	59,7%
2006	GLP	202	2.544	2.452	459
	Total de derivados	6,083	10,420	15,423	773
	GLP/Total Deriv.	3.3%	24.4%	15.9%	59.4%

Fuentes: CEPAL (Istmo Centroamericano: Estadísticas de Hidrocarburos, 2004), Política Energética Gobierno de El Salvador, mayo 2007 y DHM

# Producción, Importaciones y Exportaciones de GLP

(miles de barriles)



Fuente: elaboración propia en base a datos de Ministerio de Economía.

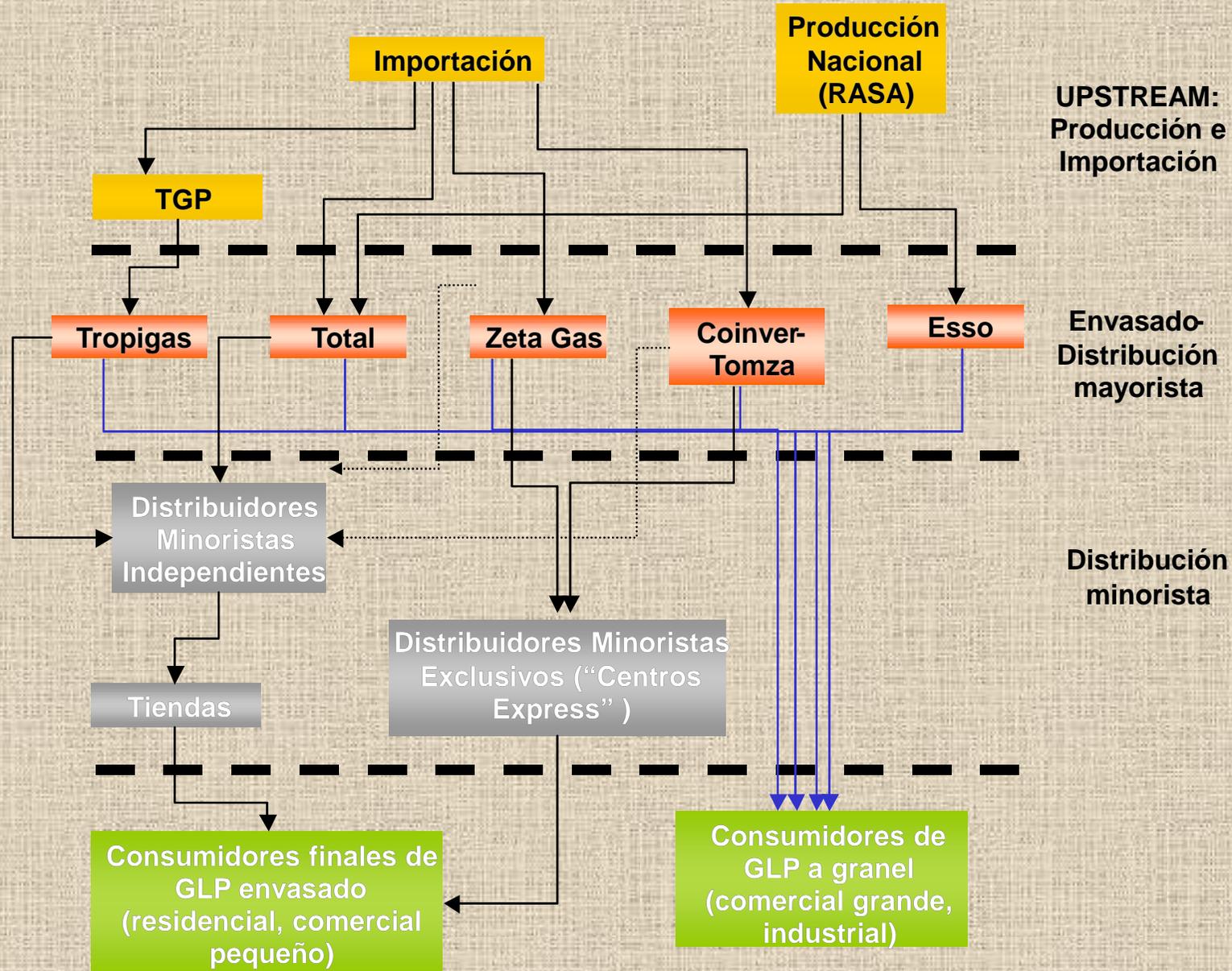
# Producción, Importaciones y Exportaciones de GLP

- El gráfico anterior representa la oferta neta al mercado interno (o consumo aparente):  $\text{producción} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$ .
- La producción presenta pocas variaciones (pasa de 195 a 202 barriles entre 1995 y 2006).
- Las importaciones son crecientes y superan el consumo interno, siendo exportados los excedentes.
- Entre 2005 y 2006, pese a que las importaciones se redujeron la oferta interna aumentó debido a la reducción de exportaciones.

# La cadena de valor del GLP en El Salvador

- Upstream (producción e importación):
  - Se importa más del 90% del GLP consumido, y la importación es realizada por las envasadoras.
  - El resto del gas (menos del 10%) producción local por parte de RASA.
- Envasado y distribución mayorista (cilindros portátiles y granel): Tropigas, Total, Zeta Gas, Coinver-Tomza y ESSO.
- Distribución minorista: 2 canales principales:
  - Distribuidores independientes, que llevan el GLP hasta las tiendas
  - Distribuidores exclusivos con entrega directa al consumidor
- Consumidor final:
  - Envasado: cilindros portátiles (uso residencial, comercial pequeño).
  - Granel: tanques estacionarios (industria, comercial grande).

# Esquema de la Cadena de Valor del GLP



# Almacenamiento de GLP

- Capacidad de almacenamiento (terminales marítimas y terrestres) operada por empresas envasadoras (o el respectivo grupo).
- Capacidad de almacenamiento total equivalente al consumo de 25 días, año 2006.
- Capacidad almacenamiento en terminales terrestres: 22% del total (30% si se excluye instalaciones de RASA, actualmente sin uso).
- Incremento del 183% en el período 1995-2006.

# Dos modalidades de comercialización

- Envasado en cilindros portátiles: cilindros de 10 Lbs., 25 Lbs., 35 Lbs. y 100 Lbs. Hasta 35 Lbs., principalmente uso residencial, pero también pequeños comercios.
- Granel: tanques estacionarios ubicados en el lugar de consumo (80, 120, 250, 500, 1000, 2000, 4200 galones y aun más grandes). Principalmente industrias y comercios grandes.
- Alrededor del 77% es comercializado en cilindros, el resto a granel. Tendencia creciente de esta última modalidad.
- Cilindro de 25 Lbs., el más utilizado (alrededor del 85% sobre el total de cilindros).

# Precios máximos regulados, subsidio, y segmento libre

- Regulación de precios máximos y subsidio para el GLP envasado en cilindros de hasta 35 Lbs. La autoridad reguladora es la Dirección de Hidrocarburos y Minas del Ministerio de Economía.
- Subsidio en la importación/producción (93%) y comercialización (7%).
- El usuario de cilindros de hasta 35 Lbs. paga aproximadamente un 30% del costo del producto, el resto es subsidiado.
- Tendencia creciente del subsidio y demoras en su pago.
- Inicialmente se previó un financiamiento del subsidio a través de un fondo formado por recursos provenientes de recargos a las gasolinas y el diesel (Fondo de Estabilización y Fomento Económico -FEFE-). Sin embargo dichos recursos ya no son suficientes y se requieren refuerzos presupuestarios.
- Precios libres en cilindros de 100 Lbs. y granel.

# Márgenes de comercialización en envases hasta 35 Lbs.

- Precios y márgenes máximos regulados para toda la cadena de comercialización: producción/importación, envasadores, comercio minorista y tienda.
- Precio final con impuestos U\$S 0.74/galón margen de U\$S 0.31/galón para toda la cadena.
- Precios y márgenes bajos en comparación con otros países de Centroamérica, Argentina, Brasil y Chile.

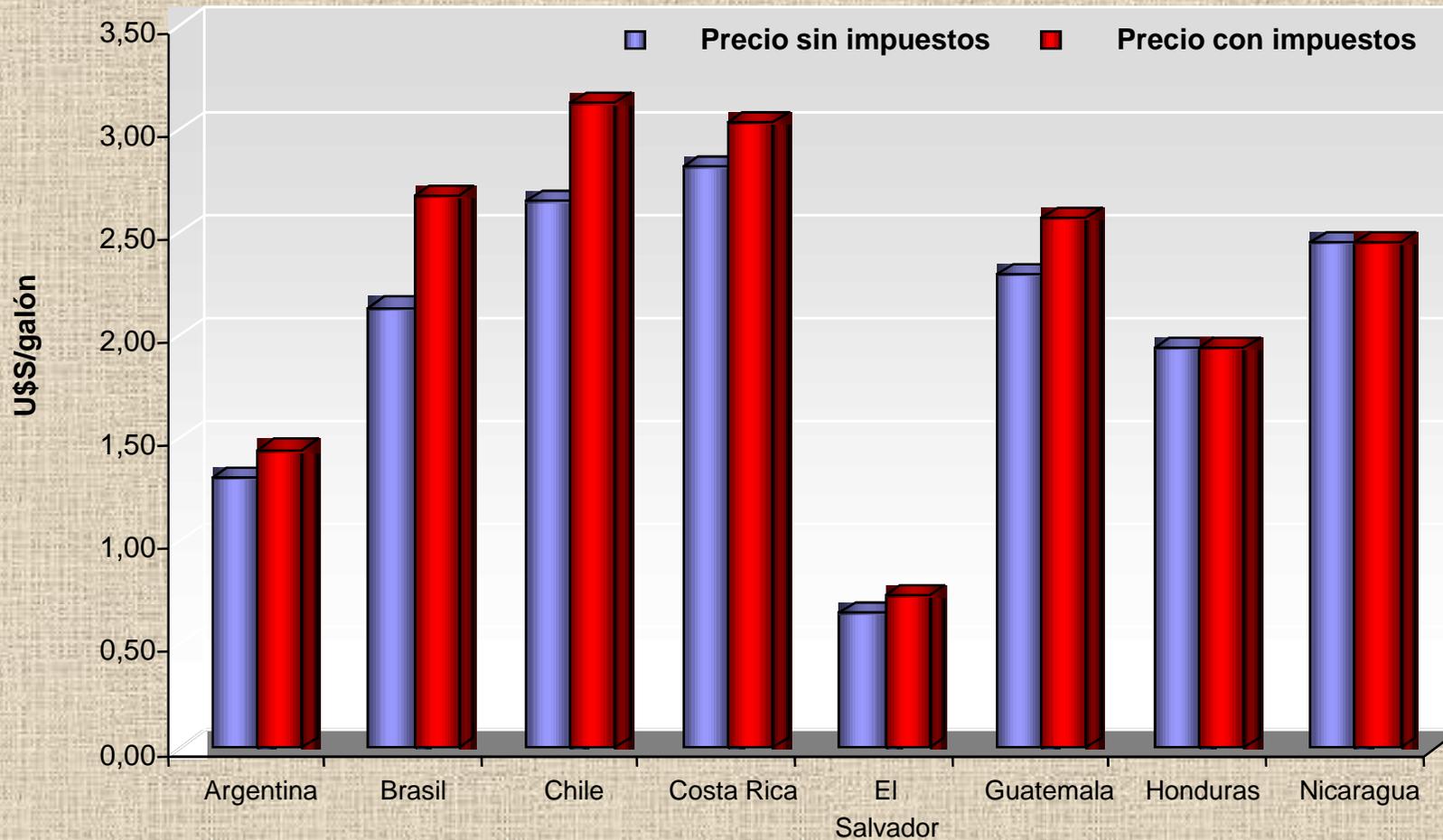
# Precios y Márgenes Regulados

Conceptos	Valores unitarios	Según Envase			
		35 libras	25 libras	20 libras	10 libras
	\$/gal	\$/envase	\$/envase	\$/envase	\$/envase
1. Precio Paridad de Importación	1.86	14.57	10.41	8.33	4.16
2. Subsidio importación/refinación	1.41	10.98	7.84	6.28	3.14
3. Precio a envasadores (1-2)	0,46	3,59	2,56	2,05	1,02
4. Subsidio comercialización	0,11	0,88	0,63	0,51	0,25
5. Precio base regulado (3-4)	0,35	2,70	1,93	1,54	0,76
6. Margen envasado	0,13	1,02	0,73	0,58	0,30
7. Flete	0,04	0,33	0,24	0,19	0,09
8. Precio a distribuidores (5+6+7)	0,52	4,06	2,90	2,30	1,15
9. Margen distribución	0,10	0,76	0,54	0,45	0,22
10. Precio a tiendas (8+9)	0,62	4,82	3,44	2,75	1,36
11. Margen tienda	0,04	0,32	0,23	0,19	0,11
12. Precio final sin IVA (10+11)	0,66	5,14	3,67	2,94	1,47
13. IVA	0,09	0,67	0,48	0,38	0,19
14. Precio final con IVA (12+13)	0,74	5,81	4,15	3,32	1,66
Pecio sin impuestos ni subsidios	2.18	17.01	12.15	9.72	4.86
Participación subsidio					
. Importación/refinación	65%	65%	65%	65%	65%
. Comercialización	5%	5%	5%	5%	5%
. <b>Total subsidio</b>	<b>70%</b>	<b>70%</b>	<b>70%</b>	<b>70%</b>	<b>70%</b>

Fuente: elaboración propia con base a datos del Ministerio de Economía. Precios PPI semana 20 al 26 de noviembre de 2007.

# Precios

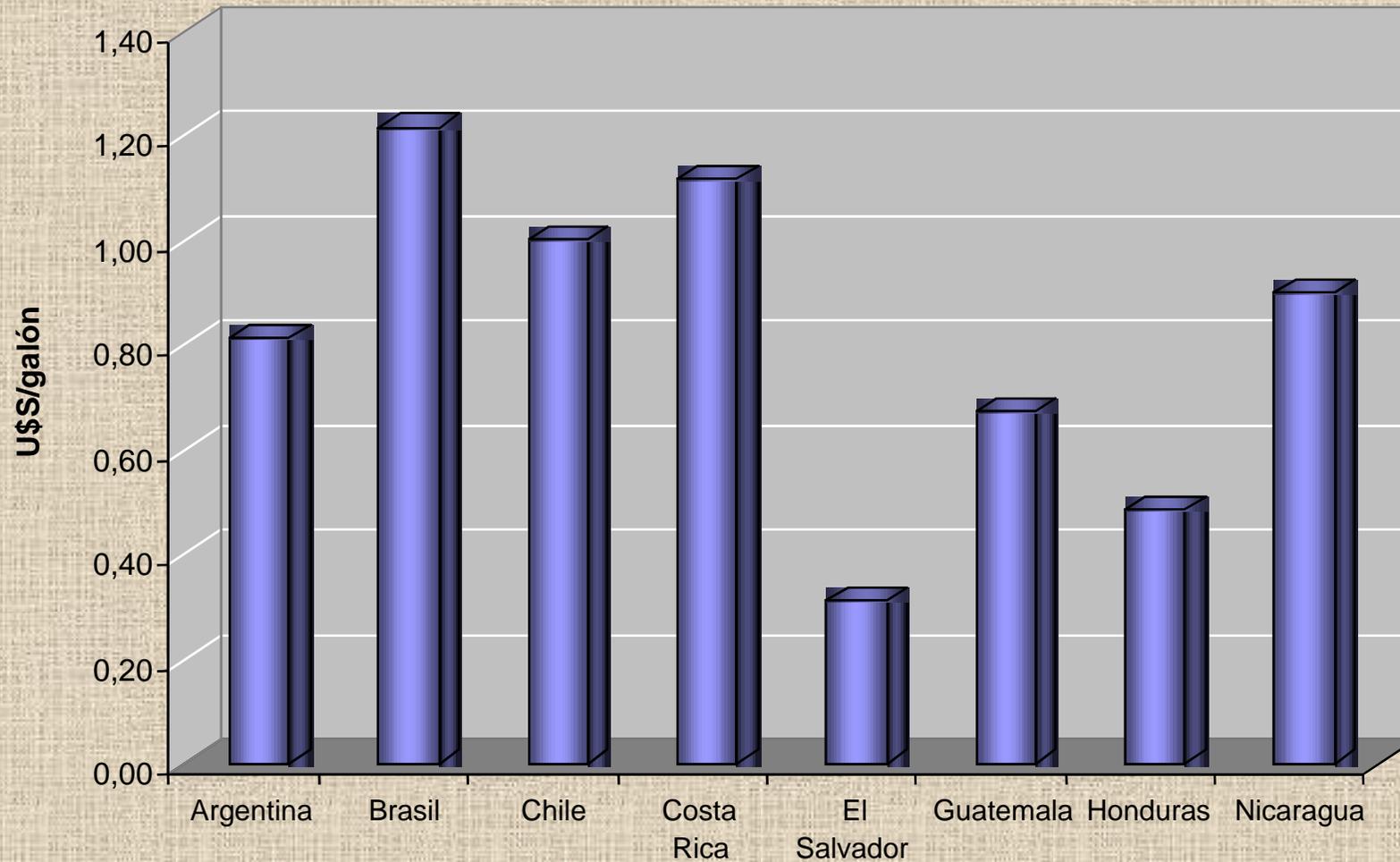
## Comparación de precios finales para países seleccionados



Fuente: elaboración propia con base a Secretaría de Energía, Argentina; ANP, Brasil; CNE, Chile; Aresep, Costa Rica; DHM, El Salvador; DGH Guatemala; CAP, Honduras; INE, Nicaragua.

# Márgenes

## Comparación de márgenes de la cadena de comercialización para países seleccionados



Fuente: elaboración propia con base a Secretaría de Energía, Argentina; ANP, Brasil; CNE, Chile; Aresep, Costa Rica; DHM, El Salvador; DGH Guatemala; CAP, Honduras; INE, Nicaragua. 18

# Subsidio y Fuentes de Financiamiento

AÑO	Volumen subsidiado	Monto subsidio	FEFE	Proporción Financiamiento FEFE	Proporción otras fuentes
	Miles Gal	Miles \$	Miles \$	%	%
1994	28.966	9.183	13.718,99	149%	-49%
1995	34.680	12.105	15.032,88	124%	-24%
1996	37.949	14.692	15.705,29	107%	-7%
1997	42.751	13.715	17.264,00	126%	-26%
1998	48.137	8.737	19.087,09	218%	-118%
1999	51.653	15.187	20.446,54	135%	-35%
2000	55.019	31.635	19.863,96	63%	37%
2001	57.826	24.724	20.322,74	82%	18%
2002	60.202	20.694	21.944,33	106%	-6%
2003	65.432	35.309	22.873,70	65%	35%
2004	69.444	52.813	23.363,81	44%	56%
2005	73.305	71.747	22.765,66	32%	68%
2006	75.395	82.120	23.358,63	28%	72%
2007(1)	48.643	55.420	14.827,13	27%	73%

**Fuente: Ministerio de Economía.**

**(1) Observacion: para el 2007, los datos son al 15 de agosto**

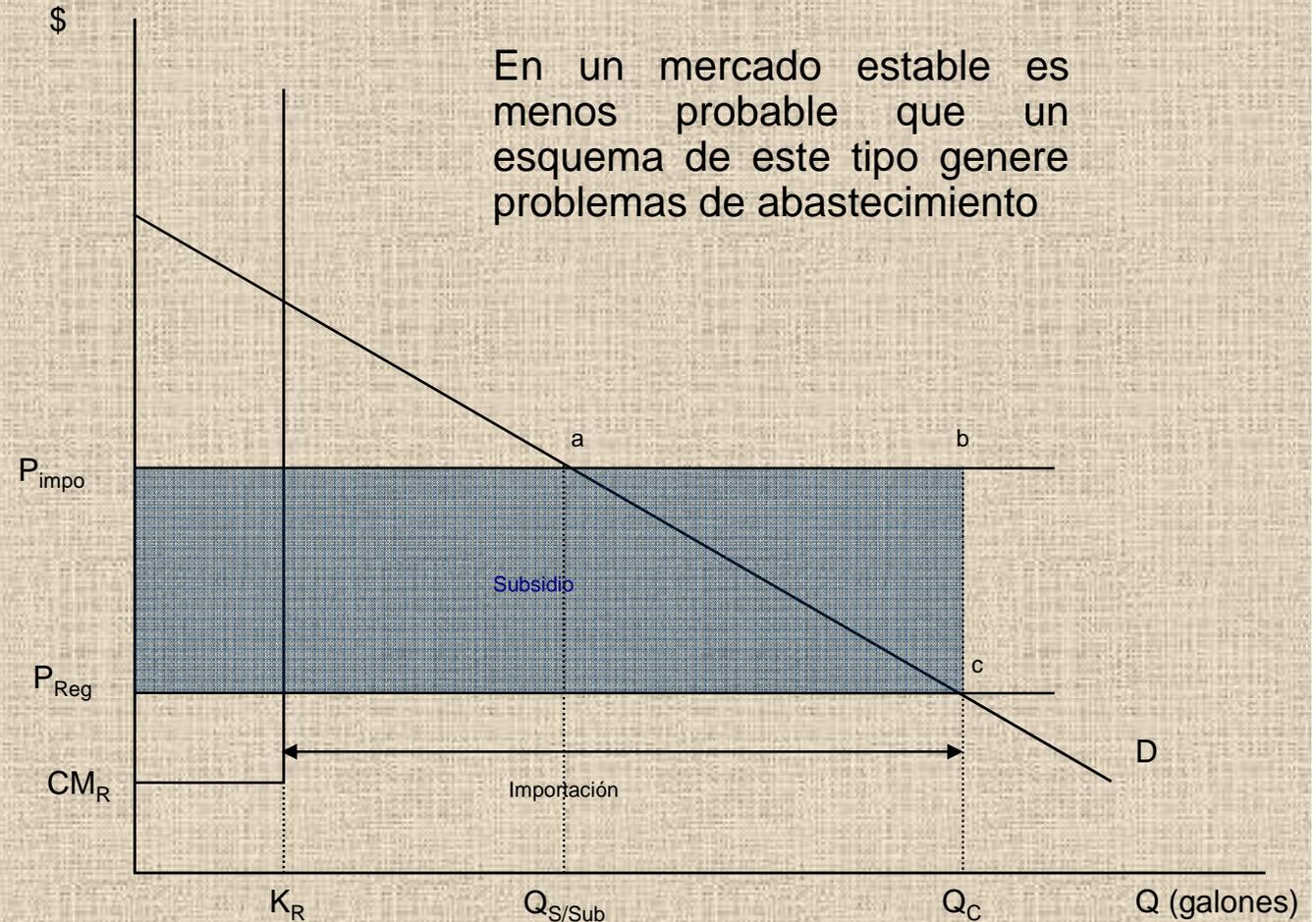
- Cerca del 80% de los volúmenes vendidos en el mercado interno son subsidiados.
- Representa el 3.1% de los ingresos corrientes del Gobierno en 2006.
- Financiamiento FEFE crecientemente insuficiente (27%).

# Desabastecimiento

- La fijación de precios máximos por debajo del equilibrio de libre competencia tiende a generar situaciones de desabastecimiento por exceso de demanda.
- En un mercado importador la condición básica para que el mercado se encuentre en equilibrio es que el precio no sea inferior al costo de oportunidad (valor que dejarían de obtener por el GLP en otros mercados por el hecho de venderlo en El Salvador), caso contrario existen incentivos económicos para que el gas se dirija a destinos más rentables.
- Si el subsidio destinado a compensar financieramente a las empresas es insuficiente o existen retrasos en su pago, el exceso de demanda persistirá, produciéndose episodios de desabastecimiento.
- Para evitar desabastecimiento, el subsidio debería cubrir la diferencia entre el costo de oportunidad de la importación y el precio máximo regulado.

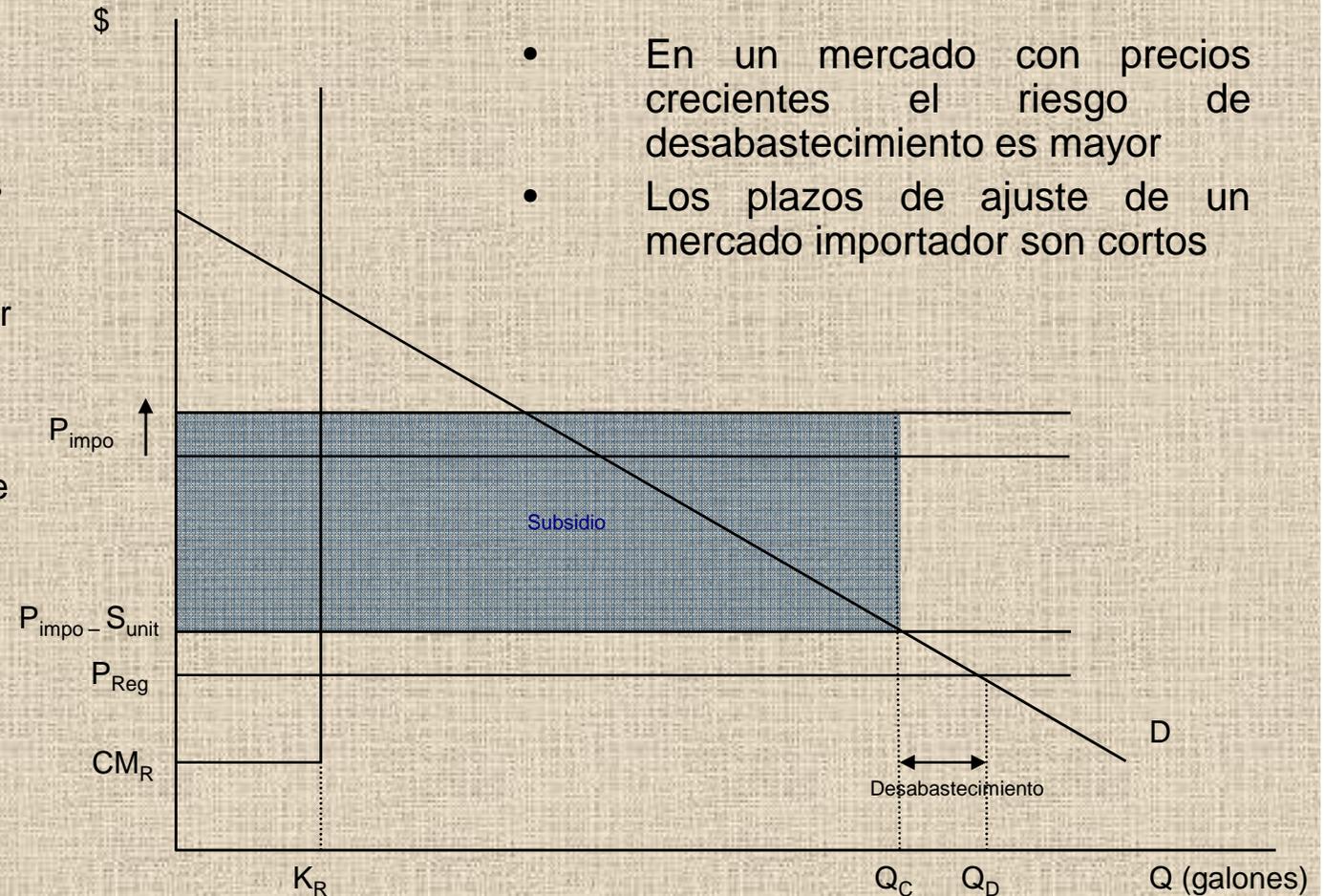
# Precios Regulados, Subsidio y Desabastecimiento en un mercado importador con precios internacionales crecientes

- Dado:  $K_R$  = capacidad instalada;  $CM_R$  = costo marginal de producción local;  $P_{Impo}$  = precio de importación,  $P_{Reg}$  = precio regulado y  $D$  = demanda nacional
- La cantidad consumida ( $Q_C$ ) requeriría importaciones ( $Importación = Q_C - K_R$ )
- Si el precio no estuviera regulado y el mercado fuera competitivo la cantidad demandada sería menor ( $Q_{S/Sub}$ )
- Para mantener los incentivos económicos a la importación de GLP se requiere establecer un subsidio que iguale el precio regulado con el costo de oportunidad:  $Subsidio = (P_{Impo} - P_{Reg}) \times Q_C$



# Precios Regulados, Subsidio y Desabastecimiento en un mercado importador con precios internacionales crecientes

- Si el subsidio no incluye todos los costos relevantes de internación del gas (incluidos los costos financieros), el valor unitario que reciban los oferentes de GLP (precio regulado+subsidio unitario [ $S_{unit}$ ]) sería inferior al costo de oportunidad de importación.
- Ello podría derivar en desequilibrios: la cantidad demandada ( $Q_D$ ) es mayor que la disponible ( $Q_C$ ), lo cual produce situaciones de desabastecimiento.



- En un mercado con precios crecientes el riesgo de desabastecimiento es mayor
- Los plazos de ajuste de un mercado importador son cortos

# **Mercados Relevantes**

# Mercado relevante: concepto

- Delimitar las fronteras del mercado, en la dimensión de producto y geográfica.
- Identificar el conjunto de productos y áreas geográficas con referencia a los cuales se evaluará una conducta u operación de concentración económica desde el punto de vista de la defensa de la competencia.
- En la práctica, implica determinar qué empresas y qué parte de la producción de éstas se incluirá en el mercado bajo análisis.

# Mercado relevante: metodología de definición

- La metodología estándar es el denominado test del monopolista hipotético (TMH) o test SSNIP (incremento de precios pequeño pero significativo y no transitorio - *“Small but Significant and Nontransitory Increase in Price”*-).
- Se trata de identificar el menor conjunto de bienes y áreas geográficas asociadas respecto del cual a un hipotético monopolista le resultaría rentable aplicar un SSNIP por encima del nivel competitivo.
- Debe considerarse si el precio vigente no refleja valores de competencia sea porque es artificialmente alto o artificialmente bajo (por efecto de un subsidio, por ejemplo).
- Sirve sobre todo como un marco de referencia analítico.

# Mercado relevante: función

- La definición de mercado relevante no es un fin en sí mismo, su utilidad es instrumental para determinar la existencia de poder de mercado.
- El poder de mercado denota la ausencia de presiones competitivas respecto de una o más firmas. Se lo define como la capacidad de fijar en forma rentable y sistemática el precio por encima del nivel competitivo.
- La existencia de poder de mercado permite inferir la mayor o menor probabilidad de efectos perjudiciales para el bienestar de los consumidores derivados de una conducta restrictiva de la competencia o una concentración económica.

# Definición de Mercados Relevantes

## 1. Upstream: producción e importación

- Oferta: Terminales marítimas, refinería, importación terrestre por camión cisterna.
- Demanda: Empresas envasadoras y comercializadoras.
- Alcance geográfico: regional.

## 2. Comercialización: envasado y distribución

### – A granel

- Oferta: Envasadoras o comercializadoras
- Demanda: usuarios industriales y comerciales grandes
- Alcance geográfico: local o nacional dependiendo del alcance y ubicación de las plantas

### – Envasado

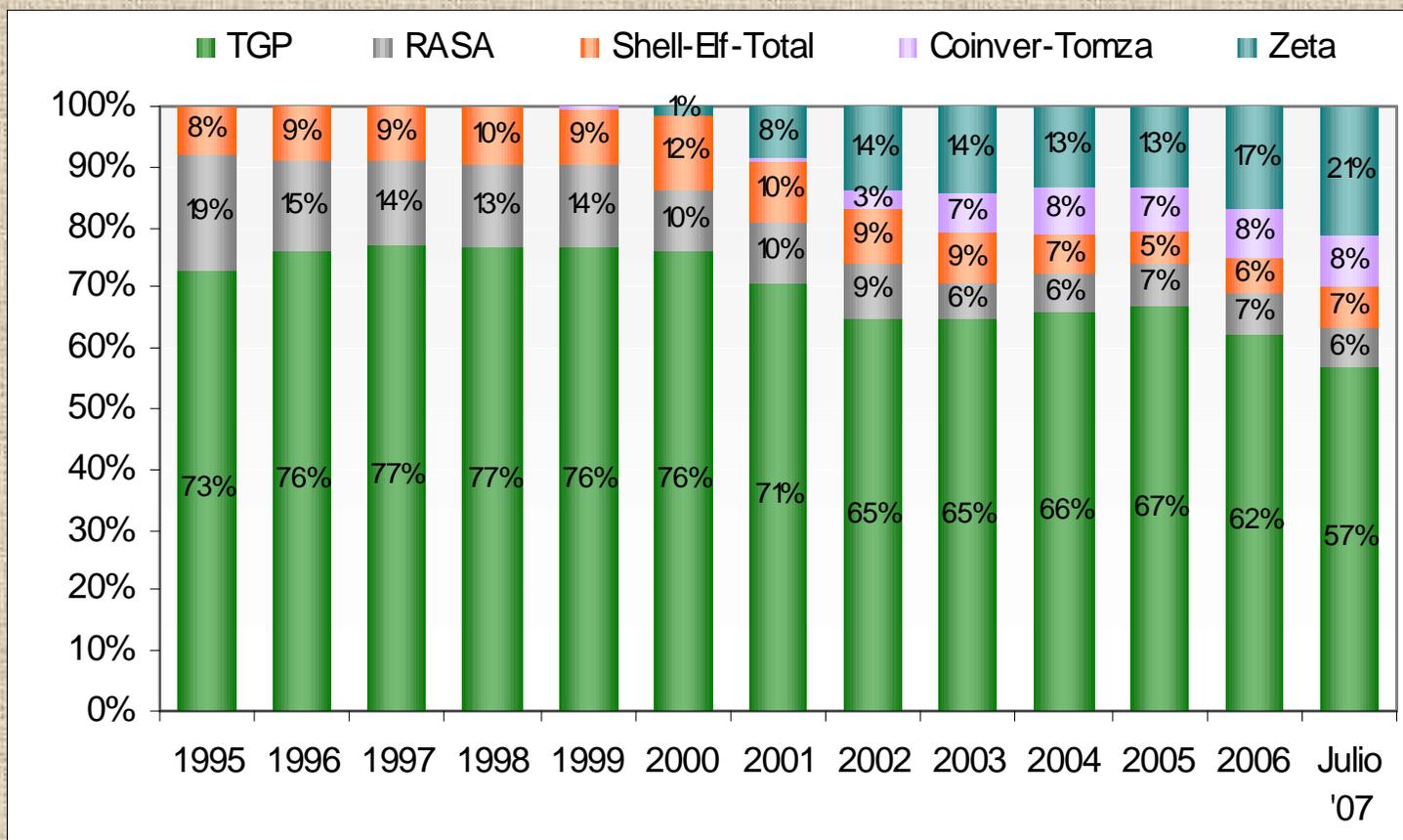
- Oferta: Envasadoras/Distribuidoras.
- Demanda: Distribuidoras/tiendas/consumidores finales.
- Alcance geográfico: depende del alcance y ubicación de las plantas pero menor que el caso a granel.

# Análisis de Mercados Relevantes: Indicadores de Concentración

- El indicador más utilizado es el Índice Herfindahl – Hirschman (HHI)
  - El HHI se calcula como la suma del cuadrado de las participaciones de mercado de cada una de las empresas.
  - El rango de este índice va de apenas por encima de cero - cuando se trata de un mercado sumamente atomizado hasta 10,000 correspondiente al caso de monopolio.
  - Para 4 firmas con igual participación de mercado:  $HHI=2500$ .
- Otro indicador utilizado es el  $C_i$  que surge de la suma de las  $i$  firmas con mayor participación de mercado (por ejemplo  $C_2$  o  $C_3$ , acumulan la participación de las 2 o 3 mayores firmas).

# Análisis de Mercados Relevantes Upstream

Participación en la  
producción e importación  
en volúmenes



Fuente: elaboración propia con base a datos del Ministerio de Economía.

- Concentración alta pero en descenso.
- El HHI ha disminuido desde valores superiores a 6000 hasta un valor de 3863 en 2007.
- Concentración mayor en capacidad de almacenamiento.

# Análisis de Mercados Relevantes

## Upstream

### Participación en la capacidad de almacenamiento total (marítima y terrestre)

Año	Grupo Tropigas	RASA	Shell-Elf-Total	Coinver-Tomza	Zeta	TOTAL
1995	17%	81%	2%	0%	0%	100%
1996	17%	81%	2%	0%	0%	100%
1997	54%	44%	1%	0%	0%	100%
1998	54%	44%	1%	0%	0%	100%
1999	54%	44%	1%	0%	0%	100%
2000	60%	35%	1%	0%	5%	100%
2001	60%	35%	1%	0%	5%	100%
2002	62%	32%	1%	0%	4%	100%
2003	61%	28%	2%	4%	4%	100%
2004	61%	28%	2%	4%	4%	100%
2005	61%	28%	2%	4%	4%	100%
2006	61%	29%	2%	4%	4%	100%

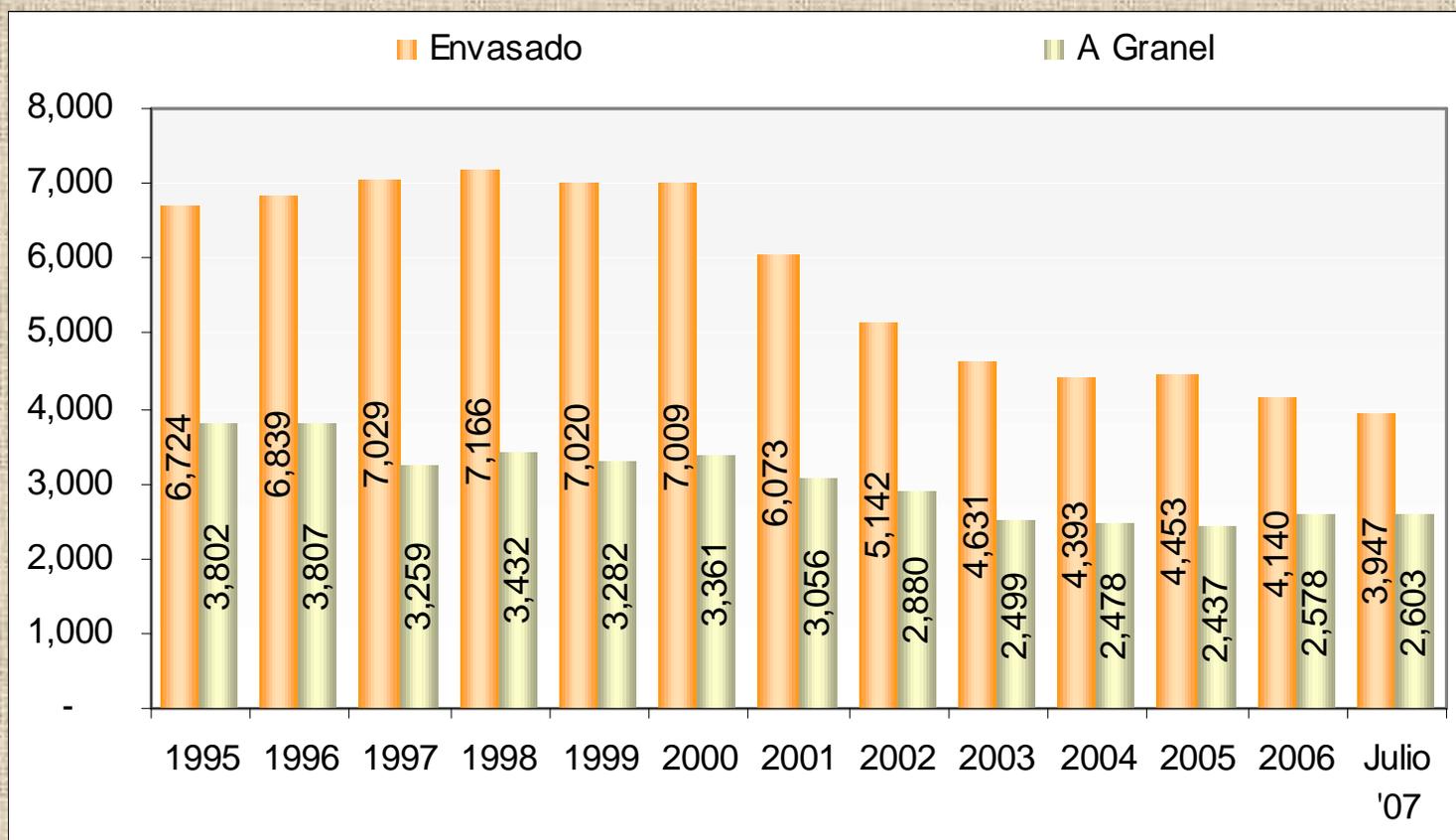
Fuente: elaboración propia con base a datos del Ministerio de Economía.

- En 2006 el HHI alcanzó un valor de 4609 puntos sobre la capacidad instalada.
- HHI asciende a 7438 de la capacidad operativa (excluyendo RASA), puesto que su capacidad no es utilizada actualmente.

# Análisis de Mercados Relevantes

## Downstream: Comercialización

Evolución del HHI

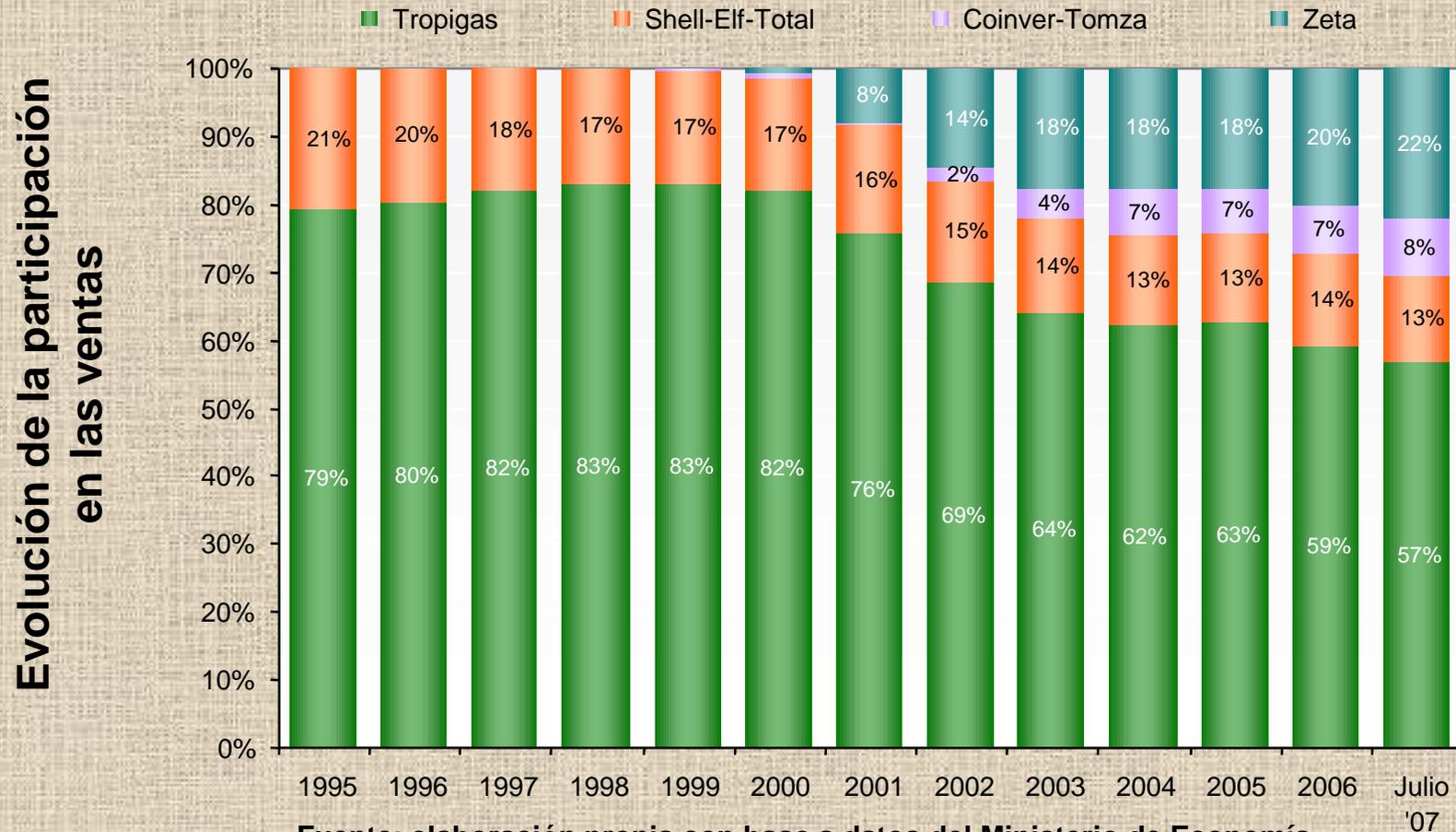


Fuente: elaboración propia con base a datos del Ministerio de Economía.

- Concentración mayor en envasado que en granel.
- Ambas con una tendencia decreciente.
- Aumento de cantidad de oferentes de 2/3 a 4/5. Actualmente hay 4 operadores en mercado de envasado y 5 en mercado a granel.

# Análisis de Mercados Relevantes

## Comercialización GLP Envasado

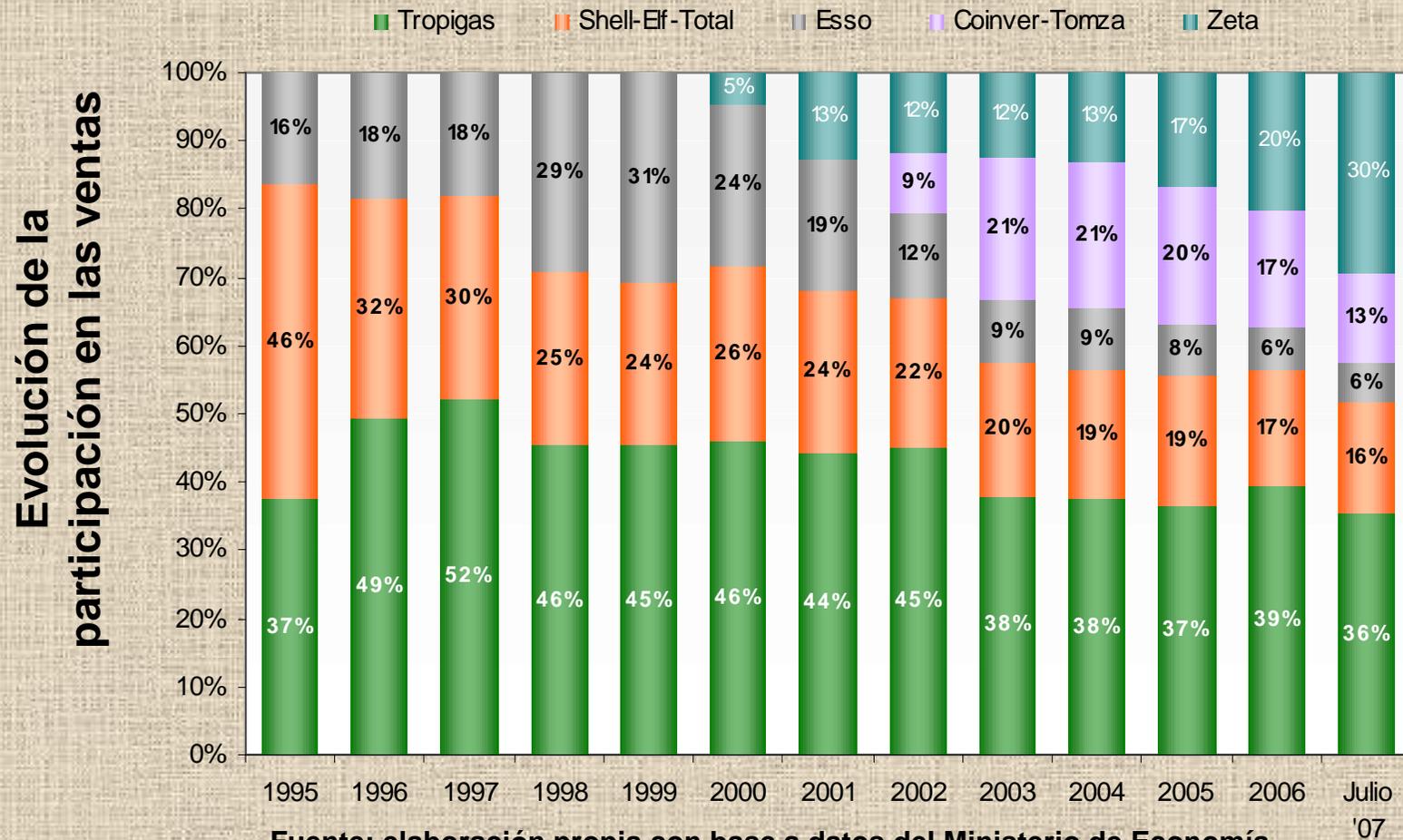


Fuente: elaboración propia con base a datos del Ministerio de Economía.

- Tropigas es el líder.
- Concentración elevada pero decreciente: Tropigas y Total perdieron mercado vs. Zeta y Tomza.
- Nuevas modalidades comerciales (comercialización directa vía Centros Express o Call Centers).

# Análisis de Mercados Relevantes

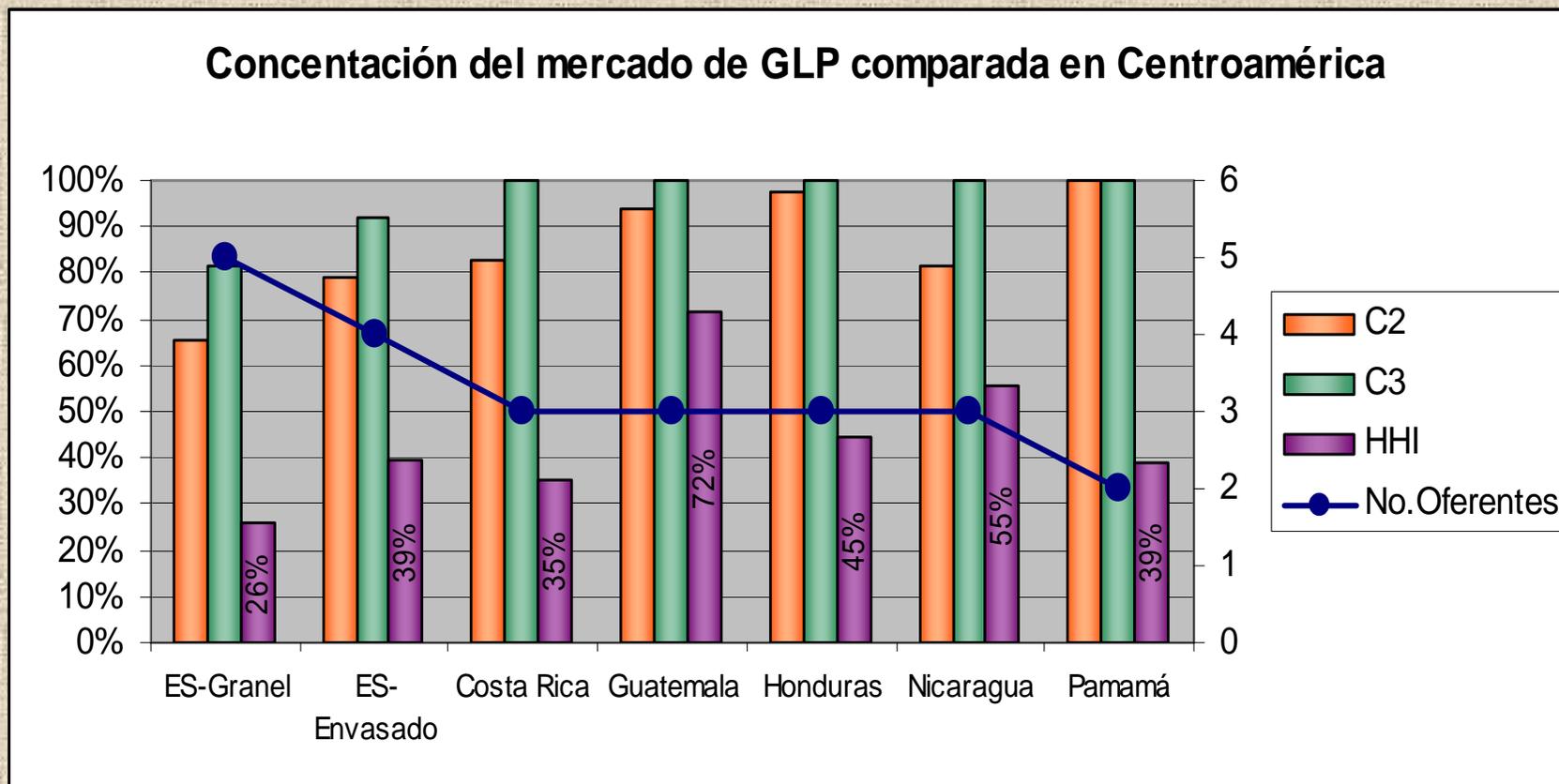
## Comercialización GLP a Granel



- Precios desregulados y mayor competencia
- Participaciones inestables pero más homogéneas
- Mercado más dinámico que el resto, pese a aumento de precios

# Análisis de Mercados Relevantes

## Análisis Comparativo Internacional



Fuente: Aresep, Costa Rica; MINEC- DHM, El Salvador; DGH Guatemala; CAP, Honduras; INE, Nicaragua.

- El Salvador aparece como el mercado con menor concentración de la región en todos los indicadores:
  - C2 y C3 (participación de las 2 o 3 firmas líderes)
  - Cantidad de oferentes
  - HHI

# **Análisis de Conductas**

# Prácticas Anticompetitivas: Categorías

- **Prácticas horizontales coordinadas:**
  - acuerdos entre competidores
- **Prácticas verticales:**
  - conductas que involucran diferentes etapas de la cadena de valor
  - algunos ejemplos son las prácticas de firmas integradas en detrimento de firmas que sólo actúan en algún segmento de la cadena
- **Prácticas horizontales unilaterales:**
  - persiguen la exclusión o debilitamiento de competidores, por ejemplo acciones predatorias.

# Prácticas horizontales coordinadas

Factores que favorecen el surgimiento de estas prácticas:

- **Estructurales:** alta concentración de mercado, altas barreras a la entrada, participaciones accionarias cruzadas, alta frecuencia y regularidad en las compras, consumidores débiles o atomizados, estabilidad de la demanda, homogeneidad del producto, simetría entre competidores.
- **Conductuales:** acuerdos de intercambio de información sobre precios o producción.
- **Reglas de formación de precios:** cláusulas de nación más favorecida, reglas de fijación vertical de precios de reventa, “*basing point pricing*”, “*uniform delivered prices*”.

# Prácticas verticales

- **Restricciones verticales:** relaciones comprador/vendedor pertenecientes a distintas etapas de la cadena productiva; una parte establece pautas para la comercialización limitando el accionar de la otra parte
  - Ejemplos: Distribución exclusiva, Territorios exclusivos, Fijación de precios de reventa.
  - Pueden reducir la rivalidad entre competidores, o facilitar la exclusión de competidores actuales o potenciales.
- **Restricciones de acceso:** Prácticas en las que una empresa integrada compite con empresas no integradas. Una empresa aguas arriba controla una instalación o insumo esencial para participar en el mercado relacionado (aguas abajo)
  - Ejemplos: Discriminación o Restricción en el acceso a infraestructura, Negativa de venta, “Margin” o “Price squeeze” (práctica predatoria en que la firma proveedora baja el precio final y/o aumenta el precio mayorista, respecto de los valores competitivos para excluir).

# Prácticas horizontales exclusorias

- Prácticas que buscan debilitar y excluir competidores a fin de incrementar el poder de mercado.
- Algunas de las restricciones en el intercambio de envases de GLP pueden constituir prácticas de este tipo.
- Distinguir exclusión eficiente de competidores (cuando la finalidad es incrementar la productividad o mejorar el producto y ello perjudica a los competidores ) de la exclusión anticompetitiva (la empresa incurre en pérdidas con el propósito de perjudicar a un competidor).
- Criterios específicos para distinguir exclusión eficiente de anticompetitiva (OECD, “Competition on the merits”):
  - Test del sacrificio de ganancias
  - Test de la ausencia de sentido económico
  - Test de la firma igualmente eficiente

# Prácticas horizontales exclusorias

- Test del sacrificio de ganancias (“profit sacrifice test”):
  - Según este test la conducta debería ser considerada anticompetitiva cuando involucre un sacrificio de ganancias que resultaría irracional si no tuviera una tendencia a eliminar o reducir la competencia.
- Test de la ausencia de sentido económico (“no economic sense”):
  - Según este test la conducta debería ser condenada si no tuviera sentido económico realizarla a menos que no fuera por su tendencia a eliminar o disminuir la competencia.
  - Este test, a diferencia del anterior, no exige sacrificio económico, por lo cual en un sentido resulta más estricto.
- Test de la firma igualmente eficiente (“as efficient competitor test”):
  - Según este test la conducta debería ser considerada anticompetitiva si probablemente excluyera a un rival igualmente eficiente que la firma dominante.

# Conductas GLP El Salvador (I)

## Estrategias pro-competitivas

- Competencia en precio
  - Es débil en envasado por la regulación, que fija precios y márgenes máximos.
  - Es mayor en granel en el cual la referencia es la paridad de importación.
- Innovaciones en logística / comercialización
  - Es una de las variables importantes que explica la evolución reciente del mercado (comercialización directa a consumidores vía “centros express”).
  - Diferenciación marcaría, calidad del producto y servicio y reputación.

## Estrategias distorsivas típicas en mercados de GLP

- Restricciones en el intercambio de cilindros.
- Restricciones verticales originadas en la concentración de la capacidad de las instalaciones de importación y su integración vertical.
- Prácticas horizontales coordinadas.

# Conductas GLP ES (II) : prácticas horizontales coordinadas

- Factores que las favorecen
  - Homogeneidad del producto GLP
  - Concentración de la oferta
  - Barreras a la entrada
- Factores que las desfavorecen
  - Diferenciación marcaria
  - Ausencia de cámaras empresarias
  - Crecimiento de la demanda
  - Aumento de la capacidad de almacenamiento
  - Regulación de precios máximos
  - Clientes grandes en granel

## Conductas GLP ES (III) : prácticas verticales

- Potencialmente podrían verificarse prácticas verticales exclusorias respecto de comercializadores/envasadores no integrados
  - alto grado de integración vertical
  - elevada concentración de la capacidad en las terminales de importación marítima.
- Un remedio a evaluar para dichas potenciales prácticas: acceso abierto a terminales de importación marítima.
- No se ha detectado que existan problemas significativos de cierre de mercado en los canales de distribución.

# Conductas GLP ES: potenciales prácticas exclusorias (IV)

## Intercambio de envases

- Pueden diferenciarse en la práctica a nivel internacional, dos tipos de sistemas:
  - parque de envases de uso y responsabilidad común o general: falta de incentivos para la renovación y mantenimiento de envases, problemas de seguridad y calidad.
  - diferenciación marcaría: existen incentivos a través de la reputación de la marca, mayores costos de entrada y conflictos de intercambio (cuando el consumidor puede intercambiar envases).
- La falta de reglas para el intercambio de envases ha generado diversos problemas:
  - Retrasos en la devolución de envases.
  - Devolución de envases en malas condiciones.
  - Conflictos cuando existen asimetrías producto del incremento de la participación de mercado de una empresa y la disminución de otra.

# **Barreras de Entrada y Contestabilidad**

# Barreras de Entrada y Contestabilidad

- Los principales elementos que se han identificado pueden constituir barreras de entrada al mercado son los siguientes:
  - la regulación de precios y márgenes
  - el alto grado de integración vertical entre importadores y envasadores/distribuidores
  - las economías de escala en la etapa de producción/importación
  - las prácticas relacionadas con el uso e intercambio de envases
  - en menor medida las economías de escala en la etapa de envasado, vinculadas con la instalación de una planta y la inversión en un stock inicial de envases.

# Barreras de Entrada y Contestabilidad

- Se ha verificado entrada de competidores y reducción de la concentración:
  - Zeta Gas y Tomza han ingresado y ganado participación, principalmente a costos de Tropigas y Total.
- De todas maneras, el ingreso de las empresas Zeta Gas y Tomza parece responder más a una estrategia de presencia regional en Centroamérica, que a las condiciones particulares prevalecientes en el mercado de El Salvador:
  - el hecho que haya empresas que tienen terminales de importación en otros países de la región con una capacidad significativa implica que el incremento de volúmenes de venta en la región les permite ganar economías de escala (el costo incremental de aumentar sus ventas es menor que para un nuevo entrante independiente).
  - el aumento del volumen de ventas en la región les permite generar una masa crítica para realizar importaciones de GLP a gran escala y conseguir mejores precios y condiciones de compra.

# Experiencia comparada

- Argentina (exportador neto de GLP).
- Costa Rica (importador neto de GLP).
- Diferenciación marcaria en ambos países.
- En general los países muestran un alto grado de concentración en este sector.
- El Salvador exhibe una oferta menos concentrada que el resto de los países de Centroamérica.
- Precios y márgenes bajos en El Salvador con relación a otros países de Centroamérica y Suramérica.

# **Conclusiones y Recomendaciones**

# Conclusiones

- Sector dinámico, expansión de la oferta, la capacidad instalada y de la cantidad de empresas participantes en el mercado, lo cual permite a El Salvador contar con una de las ofertas más diversificadas de la región.
- La competencia se ha mostrado creciente, aún en el segmento regulado, con incorporación de nuevos servicios y modalidades de comercialización, pese a que el nivel de precios y márgenes resulta significativamente bajo si se compara con el prevaleciente en otros países de Centroamérica y Suramérica.
- Además el segmento desregulado ha evidenciado un crecimiento más alto que el resto, aún con precios internacionales y locales crecientes, y con una concentración menor.
- De todas maneras, es necesario aclarar que en una industria con alta intervención regulatoria en materia de precios y subsidios, el desarrollo de la competencia encuentra importantes limitaciones.

# Conclusiones

- Diversos elementos que afectan el funcionamiento del mercado y a su vez dificultan el desarrollo del proceso competitivo:
  - Problemas y conflictos en el intercambio de envases.
  - Barreras de entrada para nuevos competidores, vinculadas con la concentración y la integración vertical en términos de capacidad de almacenamiento.
  - Se han generado situaciones de insuficiencia en el abastecimiento al mercado, que si bien su análisis excede el alcance de este Estudio, tienen un impacto significativo en el mercado y en el análisis de competencia.

# Recomendaciones

1. Establecer reglas para el intercambio de envases, evaluando diversos sistemas:
  - Establecer un registro de envases
  - Centros de Canje:
    - Obligatorios
    - Operados por terceros y supervisados por la autoridad regulatoria
    - Cargos por servicios de canje y cargos por estadía para exceso de días de permanencia por encima de cierto stock
    - Stock mínimo operativo de envases (rotación máxima).
  - Parque transitorio de uso común:
    - Aportado por las envasadoras en forma proporcional
    - Envases mantienen la marca (pero se pintan de otro color) y la responsabilidad del mantenimiento es de la marca
    - Reduce las barreras a la entrada de nuevos competidores, al reducir el stock inicial de envases requerido para ingresar al mercado
    - Contribuye a resolver problemas derivados de asimetrías transitorias en la cantidad de envases en poder de diferentes empresas, facilita la implementación de los centros de canje y reduce la litigiosidad.

# Recomendaciones

2. Evaluar el acceso abierto a instalaciones de importación y almacenaje en terminales marítimas:
  - Objetivo de permitir el desarrollo de la competencia entre agentes económicos vinculados por una infraestructura que no puede ser replicada en forma eficiente
  - Diversas modalidades posibles
  - Una alternativa sería que dicho principio rija sobre la capacidad disponible o no utilizada (use it or lose it)
  - Acceso regulado (sobre la base de tarifas o cargos conocidos y preestablecidos por la autoridad regulatoria ) vs. Acceso negociado (el regulador sólo actúa ante conflicto)
  - Excepciones para viabilizar nuevos proyectos que no se realizaría en otras condiciones debido al posible free riding
  - Negociaciones a nivel regional para la aplicación del principio de acceso abierto en las diferentes terminales de la región de modo de favorecer la competencia en los mercados de comercialización y permitir el desarrollo de competidores independientes. Evitar desfavorecer inversiones en un país respecto de otro por asimetría de reglas.