



GONZALO ALCAIDE CRESPO
Vicesecretario del Ilustre Colegio de
Economistas de Alicante

CREPÚSCULO DE UN OLIGOPOLIO

El autor analiza la evolución del mercado de los carburantes y las nuevas normativas



Siendo ministro de Hacienda José Calvo Sotelo, con la promulgación del Real Decreto de 28 de junio de 1927 se creó el Monopolio de Petróleos en España. Así, en octubre de 1927 se otorgaba la escritura de constitución de la Compañía Arrendataria del Monopolio de Petróleos, S.A. (Campsa), con un capital social de 195 millones de pesetas.

Jurídicamente, en ese contexto se ha permanecido hasta la promulgación de la Ley de 22 de diciembre de 1992 de Ordenación del Sector Petrolero, con la que se extinguió el Monopolio de Petróleos, pasando de un sistema de concesiones a otro de autorizaciones administrativas bajo el principio de la libre actividad empresarial.

La desaparición del monopolio era una de las condiciones impuestas para el ingreso en el entonces conocido como Mercado Común Europeo. La fórmula utilizada fue la escisión de los activos de Campsa entre Repsol, Cepsa y BP, sociedades con capital privado. Las empresas antes citadas han conformado hasta la actualidad un oligopolio cuya actuación ha impedido que en el sector de distribución minorista de combustibles actuara la libre competencia, resultando el consumidor y las estaciones de servicio como los grandes perjudicados.

Es necesario conocer las características de ese mercado en España para entender el efecto anticompetitivo que ha producido el oligopolio. Esas características son las siguientes:

Alto nivel de integración vertical: el oligopolio ostenta el 100 % de la capacidad de refinación y casi un 70 % de la capacidad de comercialización.

Hay fuertes barreras de entrada derivadas de la propia función productiva y factores legales: La creación de una red de gasolineras y el tamaño óptimo que minimice costes supone importantes inversiones en capital fijo.

Limitada capacidad de alma-

La imposición de precios del oligopolio ha impedido bajarlos a los usuarios o aumentar la calidad de los servicios

cenamiento para mayoristas: el oligopolio decide de forma indirecta sobre el 86 % de la capacidad de almacenamiento del sistema.

Restricciones para la implantación de nuevos puntos de venta: La apertura de nuevas estaciones ha estado dificultada por exigencias urbanísticas.

La reducida elasticidad de la demanda de la industria: las variaciones en el precio producen escasas variaciones en la demanda.

Alta fragmentación de la demanda: no hay consumidores ni empresas con poder de negociación.

La demanda presenta una limitada capacidad de crecimiento.

Absoluta homogeneidad del producto: Prácticamente un vehículo funciona igual sea cual sea la marca del carburante que utilice.

Con los datos en la mano podría pensarse que la distribución minorista de combustibles en España es un mercado muy apetecible. Existe una estación de servicio por cada 6.409 habitantes, 2.372 vehículos y separadas por 77 Km, frente a la media europea, muy por debajo de la española, con una estación de servicio por cada 3.118 habitantes, 1.564 vehículos y 27 Km de separación.

No obstante el oligopolio ha conseguido que se conforme como un mercado impermeable y cerrado. La evidencia más rotunda se observa cuando de un total de 8.700 estaciones de servicio abiertas en la geografía española, entre Repsol, Cepsa y BP, abandonan más de un 66 %. Mientras que Exxon Mobil, reconocida como la mayor compañía multinacional del sector, desde que supuestamente «se abrió» el mercado, apenas alcanza una cuota por debajo del 2 %.

El importe cobrado por el carburante va a parar a las pe-

troleras (55%) y a las administraciones públicas, tanto estatal como autonómica, vía impuestos (42%). Las estaciones de servicio, que cara al consumidor final aparecen como las grandes beneficiarias de las continuas subidas de cotización del crudo, únicamente reciben el restante 3% de la imaginaria tarta, margen bruto con el que apenas se puede soportar los grandes costes que conlleva la actividad minorista. La imposición de unos precios de venta al público y unos contratos de suministro en exclusiva por parte del oligopolio, ha impedido a las gasolineras cualquier actuación dirigida a bajar dichos precios o aumentar la calidad de los servicios objeto de su actividad.

En este entramado que acabamos de describir, nuevamente, la defensa de los intereses de los ciudadanos y consumidores ha habido que buscarla fuera de nuestras fronteras, en la Unión Europea. Sin haberse producido ningún cambio en la normativa sobre la regulación de la libre competencia, las instrucciones para la correcta aplicación de esa normativa que han emanado del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, en Luxemburgo, han sido determinantes.

Prácticamente desde inicios del ejercicio 2007, distintas sentencias del Tribunal Supremo y Audiencia Nacional, basándose en los criterios de interpretación emitidos por el Tribunal de Luxemburgo, junto con el reciente Informe Propuesta de Resolución de la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de hace apenas unas semanas, reflejan en sus conclusiones que las actuaciones continuadas llevadas a cabo por el oligopolio han sido claramente contrarias a la libre competencia.

Desde este momento, más de 4.000 estaciones de servicio, del total de 8.700 que hay censadas en España, van a poder romper sus exclusivas de suministro con las operadoras y poder ofrecer mejores precios y servicios, circunstancias que conllevarán a corto y medio plazo un aumento del bienestar y un más que probable respo-