

LOS MERCADOS DE PRODUCTOS PETROLÍFEROS

UNA PANORÁMICA

PEDRO MIRAS SALAMANCA

Comisión Nacional de la Energía

El precio del petróleo y sus derivados constituye uno de los focos prioritarios de atención mundial. Esto es así por ser un componente principal de las economías nacionales, pues su evolución afecta de forma directa a todos los sectores productivos. Los cambios en los niveles del precio del crudo se trasladan de forma directa a ámbitos tales como el transporte y la

producción de energía que, a su vez, afectan al resto de segmentos de la economía. Pero los precios de los derivados del petróleo también influyen directamente en los ciudadanos. En una sociedad como la actual en la que el transporte de personas y mercancías es básico, fluctuaciones importantes en los precios de los combustibles pueden llegar a provocar respuestas sociales, tal y como ocurrió en Europa en el año 2000 con la paralización del transporte por carretera en prácticamente todo el territorio de la Unión.

Por ello, mantener precios de los productos petrolíferos en unos niveles adecuados y con fluctuaciones moderadas es una de las preocupaciones más importantes de las autoridades mundiales. Sin embargo, la estabilidad de precios acaba estando supeditada a otro aspecto que preocupa, incluso, en mayor medida. Se trata de la seguridad del suministro energético (Miras, 2006). El desequilibrio entre

países consumidores y productores, tanto en la producción de crudo como en las reservas, unido a la situación geopolítica de las principales áreas de producción se concreta en una preocupación importante respecto a la seguridad de suministro. Esta preocupación tensiona los mercados y se refleja en una volatilidad de precios que se mantiene desde los orígenes de esta fuente de energía.

En efecto, a pesar de la importancia que tiene para las economías mantener precios estables y predecibles, la realidad es muy distinta. Si se observan los precios de crudo en los últimos diez años (Gráfico 1) se puede ver cómo han pasado de valores promedio cercanos a los diecinueve dólares por barril del año 1997 a los sesenta y cinco dólares del año 2006.

Estas fluctuaciones también han aparecido, aunque con ciertas particularidades, en los productos deri-

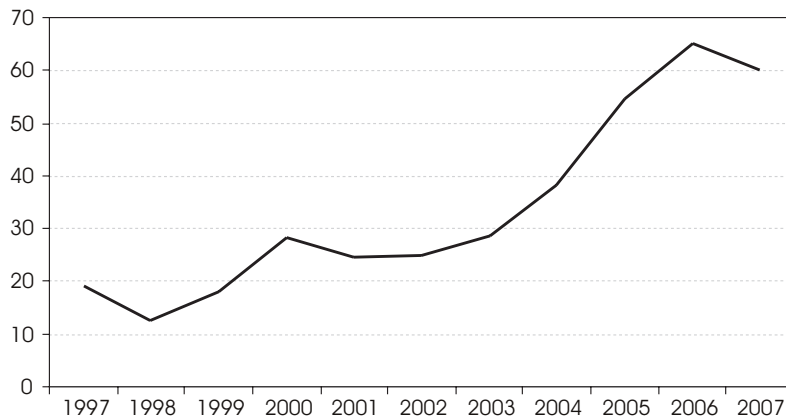


GRÁFICO 1
PRECIO PROMEDIO DEL
CRUDO BRENT DATED MID
(US\$/BBL)

FUENTE:
Platts

vados del petróleo. Las causas y fundamentos que motivan estos cambios tan relevantes son, con frecuencia, objeto de opiniones muy distintas por lo que resulta oportuno su análisis.

LOS FUNDAMENTOS DE LOS MERCADOS DE PRODUCTOS PETROLÍFEROS ↓

Los mercados liberalizados de distribución de productos petrolíferos se organizan de forma muy similar en todos los países desarrollados. Esta similitud deriva de la generalización de los intercambios internacionales y los procesos de liberalización de los sectores energéticos locales del último tercio del siglo veinte y ha permitido que los agentes desarrollen su actividad de forma prácticamente idéntica en los diferentes mercados nacionales.

Un mercado es un conjunto de transacciones que se dan en un área geográfica concreta, de modo que el precio o valor acordado para cada transacción resulta del encuentro entre oferta y demanda. En el caso del crudo y sus derivados también es así. La oferta en el mercado del crudo es la cantidad de producto (barriles) de la que en cada momento puede disponerse para su uso (normalmente en el proceso de refinación) y la demanda habitualmente se calcula considerando el consumo mundial de productos petrolíferos.

En lo referente a la oferta de crudo es necesario comentar la proveniente de países OPEP. La OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo) se creó en 1960 por parte de los gobiernos de los principales países productores. La Organización nació con dos objetivos: regular el mercado del petróleo de forma que se tuvieran en cuenta los intereses de los productores y obtener precios rentables para sus países miembros, dado que para muchos de ellos el

mercado del petróleo era prácticamente la única fuente de ingresos. Actúa por tanto como un cártel y con sus decisiones condiciona, en gran medida, la oferta disponible en el mercado.

En lo que se refiere a la demanda de crudo, ésta se identifica con el consumo de productos petrolíferos a nivel mundial, pues la demanda de productos es finalmente lo que determina el crudo que se necesita refinar. Sin embargo, este balance depende de la complejidad de los procesos industriales de refinación que, a su vez, evolucionan para satisfacer las exigencias de los consumidores y de la disponibilidad y calidad de los diferentes tipos de crudos. La adecuación de oferta y demanda determina la capacidad de la producción mundial para atender en cada momento el consumo de productos petrolíferos. Así, en momentos de tensión en el mercado, es decir, cuando existe una alta demanda de productos petrolíferos y la oferta está muy ajustada, los precios del crudo suben de forma notable.

Por otro lado los precios de los derivados del petróleo en los mercados domésticos derivan, a su vez, de las cotizaciones de sus productos de referencia en los mercados internacionales. Estas cotizaciones son el resultado de un importante número de transacciones entre compradores y vendedores en áreas geográficas concretas que se rigen, básicamente, por la ley de oferta y demanda. Son los denominados mercados *spot* (o físicos).

El gran desarrollo del mercado denominado *spot* de petróleo durante principios de los años ochenta, revolucionó la forma en que se venía fijando el precio del crudo, constituyendo, como ya se ha indicado, la base sobre la cual se determinan los precios del petróleo actualmente. Así, tanto el crudo como los productos petrolíferos, se negocian hoy en día en los mercados internacionales. Son por tanto precios

libres y no regulados y los propios equilibrios/desequilibrios entre oferta y demanda del mercado son los que fijan el punto de encuentro entre compradores y vendedores. Sin embargo, no siempre fue así y a lo largo de la historia han existido distintos mecanismos de fijación de precios que se han ido modificando hasta evolucionar a la situación actual (Yergin, 1991).

De hecho, durante la década de los años cincuenta y sesenta, las grandes petroleras internacionales controlaban los mercados de crudo en base a contratos a medio y largo plazo, de modo que las transacciones *spot* eran insignificantes en cuanto a volumen, siendo utilizadas únicamente para colocar los excedentes. El número de partícipes era muy reducido y existía poca transparencia en el sistema de precios. Sin embargo, a principios de los años setenta, coincidiendo con el crecimiento de las petroleras independientes americanas, el mercado *spot* de crudo comenzó a adquirir un papel más importante. Éste se acentuó con el embargo del crudo árabe en 1973 y el subsiguiente incremento de los precios, lo que se conoce como «la primera crisis del petróleo». La importante subida de los precios del crudo durante 1973-74, donde llegaron a multiplicarse por cuatro, propició la aparición de nuevos comercializadores (*traders*) aumentando considerablemente el número de partícipes en el mercado internacional. Ello facilitó la entrada de nuevos intermediarios, lo que añadió un mayor potencial y liquidez.

Durante la segunda crisis del petróleo, precipitada por la revolución iraní a finales de 1978, el mercado *spot* adquirió un mayor protagonismo, convirtiéndose en referencia del precio del crudo en el mercado internacional. De hecho, muchos países de la OPEP elevaron los precios en sus respectivos contratos de venta, con la intención de alcanzar el nivel del mercado *spot*. A principios de 1981, y aunque la política de precios de la OPEP era mantener alto el nivel de precios oficiales, se produjo un descenso acusado de las exportaciones de crudo debido, por un lado, a la contracción en la demanda global y, por otro, por la existencia de fuentes de suministro más baratas, tales como países productores no miembros de la OPEP y el mercado *spot*. En este escenario, grandes volúmenes de crudo procedentes de la OPEP fueron introducidos directamente en el mercado *spot*, con lo que éste acaparó un tercio de las ventas de crudo a mediados de los años ochenta.

Finalmente, en el año 1985, Arabia Saudita optó por indexar el precio del crudo a los precios del mercado *spot*, abandonando así el antiguo sistema de precios «oficial». Esta medida fue rápidamente seguida por otros miembros de la OPEP y el precio cayó de forma importante. De este modo, a finales de los años

ochenta, prácticamente todo el crudo negociado en el mercado internacional estaba, de una forma u otra, ligado al mercado *spot*, con lo que su predominancia fue generalmente aceptada.

Un mercado es, como ya se ha indicado, el conjunto de transacciones que se dan en un área geográfica concreta. El mercado mayorista, tanto de crudo como de los distintos productos, opera en función de las cotizaciones de los mismos en estas áreas geográficas y obedece a las leyes de oferta y demanda derivadas del carácter indiferenciado de los productos petrolíferos (denominados *commodities*). Estas cotizaciones, por lo tanto, son el resultado de un altísimo número de transacciones diarias entre agentes que compran y venden sus productos en dichas áreas. El resultado de las transacciones es publicado en diferentes medios, formando las cotizaciones que pueden ser conocidas por todos los interesados tanto en el mercado físico (cotizaciones *spot*) como en el mercado de futuros. Este último mercado, a su vez, está relacionado con el de corto plazo influenciando y siendo influido por el mismo.

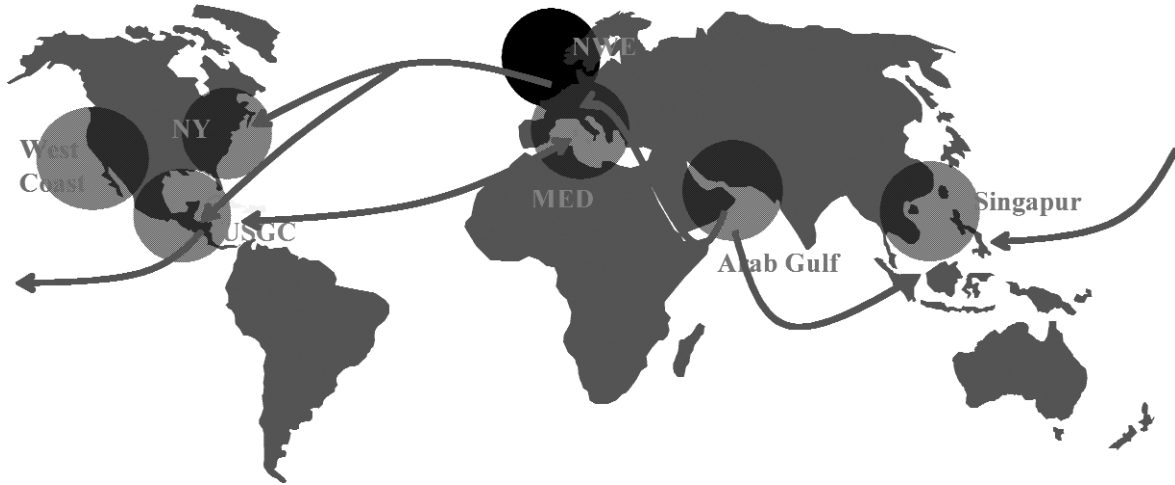
La disponibilidad de información de las distintas transacciones (cotizaciones) hace que las operaciones de compra y venta de productos se realicen en base a las mismas, siendo común que los contratos de adquisición de productos tomen como base las cotizaciones recogidas en un periodo temporal concreto. Se puede decir que el funcionamiento de estos mercados es similar en cuanto a su concepto, a la Bolsa de Valores. El conocimiento de estas cotizaciones y su evolución futura a través del mercado a plazo, permite a todos los operadores diseñar su política comercial sobre variables conocidas.

En definitiva el mercado mayorista es un mercado internacional, en el que la oferta y la demanda de los distintos agentes marca los precios con independencia de las políticas comerciales de los operadores de un determinado país. Las variables que mueven estos mercados están más influenciadas por aspectos poco controlables por parte de los operadores y relacionadas con acontecimientos geopolíticos (crisis internacionales) y previsión de situaciones de escasez o déficit de productos.

Estos mercados han surgido históricamente por la existencia de refinerías que han servido de punto de referencia geográfica para la llegada de crudos y entrega de productos. Hoy en día, los más importantes son los siguientes (Mapa 1, en la página siguiente):

■ Para Europa, los mercados Mediterráneo (MED), cuyo centro teórico sería Génova, y Noroeste de Europa (NWE), con centro en Ámsterdam-Róterdam-Amberes (denominado eje ARA).

MAPA 1 LOS MERCADOS INTERNACIONALES DE PRODUCTOS PETROLÍFEROS



■ En América, tres mercados de referencia: Golfo de México (USGC), Nueva York (NY) y Costa Oeste (West Coast).

■ En Asia el mercado de referencia es Singapur.

■ En Oriente Medio el más importante es el del Golfo.

Por otro lado, es preciso aclarar que las cotizaciones de crudos o productos también hacen referencia al modo de entrega de acuerdo con las referencias internacionales (1). Por ello hay que hablar de precios FOB (*Free on Board*) o CIF (*Cost, Insurance and Freight*), dependiendo del punto de entrega del cargamento al cliente. Así, una referencia FOB corresponde al precio pagado por ese cargamento en el puerto de salida, no incluyendo, por tanto, el transporte hasta destino. El precio CIF, sin embargo, sí incluye el transporte y seguro hasta el puerto de destino.

Otro aspecto necesario para entender la formación de precios de productos petrolíferos en los mercados son los denominados crudos de referencia o marcadores. Se trata de crudos concretos que sirven como punto de referencia para otros de una misma región y con cualidades similares. Estos crudos marcan su propio valor y del resto de crudos en el mercado que cotizan, siendo la de estos últimos como descuento respecto a sus crudos de referencia en función de sus diferencias de calidad. Hoy en día hay tres principales referencias de crudo en el mundo:

■ Brent Dated (precio Brent en el mercado *spot*). Crudo que se produce en el Mar del Norte, referencia en Europa.

■ WTI (West Texas Intermediate). Crudo de referencia del Golfo de México, a partir del cual forman precio todos los crudos americanos.

■ Dubai. Crudo de referencia para el área Oriente Medio (Golfo Pérsico).

Los crudos de referencia han de poseer todas las características que los partícipes en el mercado *spot* buscan en un crudo patrón, es decir, volumen, estabilidad en el suministro, diversificación de las fuentes de abastecimiento y una aceptación generalizada. En cuanto a la primera de las características mencionadas, es necesario un volumen relevante para asegurar liquidez al mercado físico *spot*. Además, es necesaria una diversificación de las fuentes de suministro para que un único productor no pueda influir o acaparar demasiado poder. Por último, el tipo de crudo debe ser conocido y aceptado por una gran variedad de refinerías, lo que asegura liquidez al mercado.

Además del mercado *spot*, existen otros mercados en los que cotizan los crudos, principalmente el mercado *forward* y el mercado de futuros. Estos mercados están íntimamente relacionados entre sí, aunque cada uno de ellos posee características y funciones diferentes. La principal diferencia de los mercados *forward* y de futuros con el mercado *spot* es que en éstos no se realizan transacciones físicas, sino que se negocian compromisos de compra/

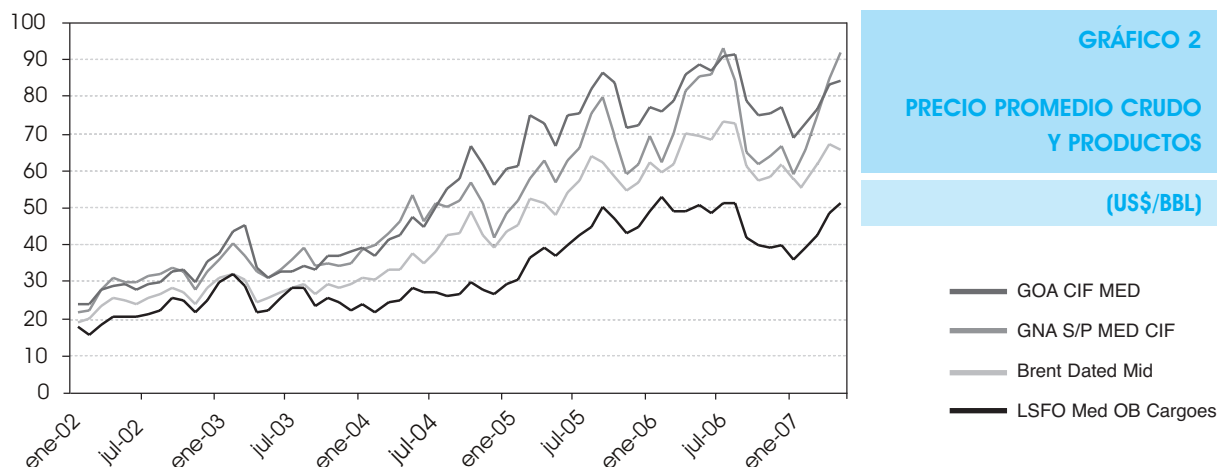


GRÁFICO 2
PRECIO PROMEDIO CRUDO
Y PRODUCTOS
(US\$/BBL)

- GOA CIF MED
- GNA S/P MED CIF
- Brent Dated Mid
- LSFO Med OB Cargoes

FUENTE:
Platts

venta que, llegado el vencimiento, se liquidan en dinero y no por entrega de cargamentos. Para el crudo y productos petrolíferos, estos mercados financieros surgieron con el objetivo de cubrir los riesgos, fundamentalmente de cobertura precios, propios de la actividad de la industria petrolera.

La evolución de las cotizaciones en estos mercados supone una información relevante de la expectativa de evolución de precios (Figueroa, 2006). Así, cotizaciones de futuro más altas que las de los mercados físicos adelantan precios que se serán al alza (mercado en *contango* en el argot sectorial) y al contrario, precios de futuro más bajos que el *spot* predicen bajadas de los mercados (situación en *backwardation*). Por esto no es extraño que muchas publicaciones se refieran más a estas cotizaciones (que reflejan lo que el mercado piensa del futuro) que a las reales del mercado *spot*.

Los productos petrolíferos también se negocian en los mercados internacionales y pese a que, lógicamente, su precio se forma a partir del precio de su materia prima, esto es, del crudo, existen otros factores que determinan la cotización internacional de los mismos y que impiden que las cotizaciones del crudo y los productos sean totalmente «paralelas», (cotización del crudo de referencia más un diferencial). Los productos tienen su propia curva de oferta y demanda y factores como la estacionalidad verano/invierno, la situación de déficit o superávit para un producto en una zona concreta o la evolución del precio de los productos sustitutivos son determinantes en sus oscilaciones (gráfico 2).

Al igual que en el caso del crudo, los productos también se negocian tomando como base las cotiza-

ciones de referencia en cada uno de ellos en los mercados internacionales. Los principales productos petrolíferos que se negocian son los de mayor demanda: gasolinas, gasóleos y fuelóleos. Sin embargo, el valor final de precio que cada producto alcanza en cada mercado nacional no sólo depende de la cotización internacional de referencia sino de otro grupo de factores. En concreto, el precio final de un producto en un mercado depende además de las cotizaciones internacionales, de los condicionantes estructurales del área geográfica local y del esquema impositivo. Cuando en la industria petrolera se habla de precios de los productos normalmente se está haciendo referencia a precios antes de impuestos (PAI). Obviamente los impuestos, que suponen una parte muy importante del precio final de los hidrocarburos, son consecuencia de políticas fiscales de los gobiernos.

El PAI de un producto incluye desde el coste de fabricación hasta los costes necesarios para poner ese producto a disposición del cliente final en punto de venta, junto con los márgenes correspondientes a las actividades de refino, logística y distribución. Así, los componentes del PAI son los siguientes:

Cotización internacional (Ci): Referencia cotizada en el mercado correspondiente trasladado al mercado local. Recoge la realidad de las transacciones en un mercado internacional de referencia en posición mercado local (es decir CIF) y es, por lo tanto, común a cualquier operador que desee colocar producto en ese mercado.

Logística primaria: Comprende todos los costes de paso por el terminal logístico del producto una vez ingresado en el país. En concreto la descarga

en un tanque de un puerto de un cargamento o el transporte por oleoducto de un cargamento desde la costa hasta el interior del país.

Logística capilar: Incluye el transporte desde el terminal hasta la entrega a cliente final.

Costes fijos y variables: Correspondiente al conjunto de costes de operación no incluidos en el conjunto anterior. Incluye mantenimiento de instalaciones y stocks, suministros, personal, gastos de estructura, seguros y amortizaciones y costes de inversión.

Remuneración al canal: Comisiones que reciben los gestores de puntos de venta en el caso de estaciones de servicio.

Margen de operadoras: Diferencia entre el precio final de venta en un mercado local y el conjunto de costes anteriores.

En definitiva, el precio final se forma a partir de la cotización internacional en el mercado de referencia (el mercado geográficamente más cercano), si bien la situación propia del mercado local hará que el precio varíe más o menos sobre la referencia internacional según sea el esquema de componentes del PAI local. El valor teórico del PAI local es común y conocido para todos los operadores de acuerdo con la alternativa del suministro.

La alternativa de suministro en un mercado local depende de la situación de exceso o déficit de un producto concreto. Si existe un exceso de oferta, la alternativa que tiene un productor local (una refinería) es vender en el mercado propio o exportar. De ahí que el precio de venta estará muy próximo a la alternativa real que, en este caso, es la exportación (o que no venda su producto en el mercado local). En el caso contrario, en un entorno local en el que la demanda sea superior a la oferta, la alternativa es la importación del déficit. Por tanto, el precio se acercará a la paridad de importación que es la referencia para las últimas toneladas vendidas. Es decir, la alternativa que tiene el comprador es realizar una importación; por tanto, el precio que estará dispuesto a pagar, se moverá alrededor de lo que le cueste «traer el producto» desde mercado internacional de referencia más próximo. Así, de forma resumida se puede decir que, si bien los precios tienen su base en los mercados internacionales de referencia más próximos, varían reflejando las características propias de cada área (superávit o déficit de un determinado producto) y los esquemas de costes de cada mercado.

En cuanto a los impuestos, son el componente final del precio de venta al público y dependen de cada

región. Los impuestos constituyen un poderoso sistema de recaudación fiscal utilizado en la práctica totalidad de los países del mundo. También son utilizados como instrumentos de planificación energética, al permitir incentivar consumo de unos productos frente a otros. Actualmente en España hay tres tipos incluidos en el precio final que se corresponden (salvo en el caso del IVM) con los del resto de países de nuestro entorno.

Impuestos especiales (IIEE). Cantidad fija por unidad de volumen. En el año 2006, el impuesto especial de un litro de gasolina 95 en España era de 39,569 céntimos y de 29,386 céntimos para el gasóleo de automoción, lo cual supone más de un 38% del precio final en el caso de la gasolina y un 30% para el caso del gasóleo.

Impuesto de Venta Minorista (IVM). De aplicación sólo sobre determinados hidrocarburos. Consta de un tramo estatal (2,4 cént €/l) y un tramo autonómico, con límite máximo de 2,4 cént €/l.

Impuesto sobre el valor añadido (IVA) que, como en el resto de productos de consumo, es un porcentaje (16%) sobre el total (PAI + IIEE + IVM).

Por último, es preciso indicar que los mercados locales están referenciados a las monedas propias del territorio concreto (en España la venta se realiza en euros por litro), mientras que las cotizaciones internacionales en los mercados petrolíferos se realizan en dólares americanos (US\$). Es por ello que la paridad moneda local frente al dólar también influye de forma directa en la generación final de precios.

A partir de todo lo anterior, el precio final de venta al público de un producto petrolífero (PVP) obedece a la siguiente relación (CNE, 2007):

$$\text{PVP}_{(\text{€/lt})} = (C_i_{(\$/\text{lt})} / \text{TC}_{(\$/\text{€})}) + \text{Margen}_{(\text{€/lt})} + \text{IE}_{(\text{€/lt})} + \\ + \text{IVM}_{(\text{€/lt})} * (1 + \text{IVA})$$

siendo:

■ PVP (€/lt) Precio Venta Público expresado en euro/litro.

■ PAI (€/lt) Precio antes de impuestos expresado en euro/litro. El PAI(€/lt) es el PVP(€/lt) sin considerar impuestos. Se descompone a su vez en dos factores: cotización internacional de referencia ($C_i(\$/\text{lt}) / \text{TC}(\$/\text{€})$) y margen (Margen(€/lt)).

■ C_i (\$/lt) Cotización internacional expresada en dólar/litro. Este valor utilizará en cada caso los mercados de referencia que conformen la alternativa

(de importación o exportación) del mercado local. En caso español se compone mediante una combinación del 70% mercado Mediterráneo (MED) y 30% mercado del norte de Europa (NWE) (2).

■ TC(\$/€) Tipo de cambio expresado en dólar/euro.

■ Margen(€/lt) Margen bruto expresado en euro /litro. Agrega todos los componentes de costes que caracterizan al mercado local, junto al margen obtenido por cada uno de los tramos de distribución del producto. Es preciso aclarar que el margen bruto de comercialización no incluye los márgenes relativos a las restantes actividades de la cadena petrolera (refino, exploración y producción), que se encuentran subsumidos en la cotización internacional de referencia.

LOS MERCADOS NACIONALES DE PRODUCTOS PETROLÍFEROS ↓

La traslación definitiva de los precios a los clientes finales depende de la estructura empresarial de cada área, que es la que fija el precio final a partir de las cotizaciones internacionales, sus costes y expectativas de margen. En la distribución de productos petrolíferos en entornos liberalizados, como el español, se distinguen básicamente dos canales: el canal de ventas directas a consumidor final y el de redes de estaciones de servicio. Cada uno de ellos tiene unas características propias en función del destino de los productos.

El canal de ventas directas está organizado para la distribución de productos a grandes clientes. Pertenece a este conjunto un grupo variado de consumidores que abarcan desde flotas de transporte (compañías aéreas, navieras o flotas de camiones) hasta fábricas con consumos significativos de productos petrolíferos, centrales térmicas para generación de electricidad, o incluso la propia administración o comunidades de propietarios. Las ventas en este sector están efectuadas de forma directa por los mayoristas (operadores al por mayor) que disponen de redes comerciales de atención personalizada a sus clientes o a través de pequeños revendedores con depósitos propios (conocidos como gasocentros). En este segmento la competencia se articula en base a volúmenes y, por lo tanto, la principal variable de toma de decisión es el precio y la fiabilidad de servicio, no siendo tan importante la imagen de marca.

Por otra parte, la distribución de productos a los particulares se organiza mediante redes de instalaciones de suministro a vehículos (comúnmente conocidas como estaciones de servicio o unidades de

suministro). Se trata de establecimientos situados en las redes viarias o cascos urbanos que permiten el repostaje directo de carburantes a los automovilistas. Estas redes están gestionadas por los minoristas (distribuidores al por menor) que pueden mantener, o no, contratos de suministro en exclusiva con mayoristas. En este segmento, la conveniencia, el servicio y el precio son los factores de decisión clave por parte del consumidor.

En este sentido, en España las instalaciones de suministro de carburantes y combustibles líquidos a vehículos están evolucionando desde meras instalaciones de repostaje (gasolineras) a auténticos centros de servicio tanto al automóvil (lavado y aspirado de vehículos, recambios, pequeñas reparaciones, asistencia preventiva rápida,...) como al automovilista (servicios de restauración, tiendas de conveniencia,...), que permiten atraer y fidelizar al cliente más allá de meras consideraciones respecto al precio del carburante.

En cuanto a los agentes que actúan en la distribución de productos petrolíferos, éstos vienen definidos por la Ley 34/98, de 7 de octubre, del Sector de Hidrocarburos, actualmente en vigor. Tal como establece la citada Ley (3), son operadores al por mayor los titulares de refinerías, sus filiales mayoritariamente participadas y aquellos sujetos que obtengan la autorización para el ejercicio de la actividad. Corresponde a los operadores al por mayor la venta de productos petrolíferos para su posterior distribución al por menor. Por su parte, los distribuidores al por menor son aquellos sujetos que se ocupan, entre otros aspectos, del suministro de combustibles y carburantes a vehículos a través de instalaciones habilitadas al efecto (4) (las denominadas estaciones de servicio). La actividad podrá ser ejercida libremente por cualquier persona física o jurídica.

En función de esta distinción de actividades se puede concluir que los operadores al por mayor son los que, de forma habitual aunque no exclusiva, suministran producto a los distribuidores al por menor. Del mismo modo, el núcleo de la actividad de los distribuidores al por menor a vehículos a través de instalaciones habilitadas al efecto se centra en la venta al público de los carburantes y combustibles que han sido suministrados por los operadores al por mayor.

Conviene, en este sentido, aclarar que los distribuidores no están obligados a adquirir el producto a los primeros sino que pueden abastecerse de forma directa de los mercados internacionales. Esta opción tan sólo les obliga a cumplir con las obligaciones de mantenimiento de existencias mínimas de seguridad que la Ley 34/98 reserva a operadores al por mayor

y a aquellos distribuidores que opten por importar producto en lugar de adquirirlo a los primeros.

Esta situación, sin embargo, no es muy usual dado que la importación directa de producto sólo es rentable a partir de volúmenes normalmente muy alejados de las ventas de estaciones de servicio particulares, por lo que en la gran mayoría de los casos el distribuidor se abastece de los operadores al por mayor. Por otro lado, la práctica habitual es que los operadores al por mayor también participen en el segmento de la distribución minorista. De hecho, los agentes que son titulares de la actividad de refino participan en todos los tramos de la distribución, incluido el minorista a través de redes propias.

En cuanto a la distribución en redes de estaciones de servicio es preciso aclarar que existe otro aspecto relevante a la hora de comprender el mecanismo de formación de precios. Se trata de la diferenciación entre la titularidad de la instalación de distribución de productos petrolíferos -estación de servicio- y la titularidad de los derechos de explotación o gestión de la misma. En este sentido, y aunque no se agoten todas las posibilidades, se suelen establecer tipos estándar de vínculos entre operadores al por mayor y distribuidores, que son prácticamente idénticos en todos los mercados:

COCO (*Company Owned, Company Operated*): en este tipo de estación de servicio el operador al por mayor detenta la propiedad (o un derecho real) de los activos y también gestiona el negocio, ya sea directamente desde la matriz o a través de compañías filiales mayoritariamente participadas.

CODO (*Company Owned, Dealer Operated*): estación de servicio que pertenece al operador al por mayor, pero que tiene el negocio cedido a un tercero que es el responsable de la gestión.

DODO (*Dealer Owned, Dealer Operated*): estación de servicio que no pertenece al operador al por mayor y tampoco está gestionada por él, pero con la que tiene suscrito un contrato de suministro mediante el cual se asegura la exclusividad del suministro de producto y la facultad de instalar su imagen de marca, a cambio de determinadas contraprestaciones económicas.

DOCO (*Dealer Owned, Company Operated*): instalaciones titularidad de un particular gestionadas, generalmente mediante contratos de arrendamiento de industria, por parte del operador al por mayor por sí o a través de sociedades filiales.

Independientes: Estaciones de servicio que no tienen relaciones de exclusividad con operadores al

por mayor, limitándose a adquirir producto en función de las condiciones de mercado que existan en cada momento. En este grupo se pueden incluir las estaciones de servicio ligadas a redes de hipermercados.

De todo ello se deduce que los operadores al por mayor pueden distribuir su producto mediante tres sistemas. Ya sea mediante su propia red de estaciones de servicio en propiedad, tanto en los casos de gestión propia como en caso de cesión a terceros de dicha gestión por cualquier título, mediante su red abanderada sobre la base de contratos de suministro de producto en exclusiva firmados con titulares de estaciones de servicio o mediante la venta puntual a estaciones de servicio independientes.

A partir de lo anterior se puede afirmar que existen dos planos de relaciones entre los distintos agentes. Por un lado el plano relativo a la propiedad de las instalaciones; y, por otro, el vínculo jurídico que regula la relación entre operador al por mayor y distribuidor. Dicho vínculo, materializado en el correspondiente contrato, determina el conjunto de compromisos adquiridos por cada una de las partes y es, por lo tanto, la base para determinar el mecanismo de traslación del precio al consumidor final en el mercado local.

Las relaciones contractuales que regulan la operativa de abastecimiento de cada estación de servicio son, por otro lado, básicas a la hora de determinar el modo de fijación de precios. Así, un primer grupo es el formado por aquellas estaciones de servicio que se agrupan bajo la tipología COCO y DOCO y cuya propiedad y/u operación es detentada por el operador al por mayor. En este tipo, la posibilidad de independencia del gestor a la hora de fijar precio en la estación frente al suministrador (operador al por mayor) es irrelevante ya que se trata del mismo sujeto. En efecto, en este modelo de estación, la gestión del negocio suele ser efectuada por compañías independientes desde el punto de vista jurídico pero mayoritariamente participadas (en la mayoría de los casos 100%) por el operador. Hay casos en que ni siquiera existe separación jurídica de la estación frente al operador al por mayor, al ser éste propietario del punto de venta.

El segundo grupo de contratos es aquel en que el titular de la gestión no es el operador al por mayor (tipología CODO o DODO). Es en estas situaciones en las que intervienen agentes no necesariamente ligados a las grandes operadoras en la fijación del precio final. La base de esta intervención está determinada por el tipo de contrato existente en cada caso y, de forma particular, en el régimen de suministro del producto reflejado en él. Así, existen dos

posibilidades de régimen de suministro: venta en firme (mediante la cual el producto es adquirido y pasa a ser propiedad del gestor del punto de venta) y régimen de comisión (por el cual el producto es propiedad del operador al por mayor hasta la venta al consumidor final sin que alcance nunca la propiedad del gestor de la estación). En el primer caso, la facultad de fijar precios, y por lo tanto del riesgo, reside en el minorista como propietario del producto, mientras que en el régimen de comisión es necesario estudiar el contrato para determinar dónde reside el derecho de fijación de precios.

Por último, es preciso indicar que tanto la Ley de Hidrocarburos como las disposiciones legales en vigor, no determinan las tipologías de contratos ni las relaciones preferentes de tipo de suministro de producto, dejando, de acuerdo con el espíritu liberalizador de la Ley, la voluntad de las partes como guía de la propia relación contractual.

De todo lo anterior se deduce que la traslación de precios a los mercados locales está influenciada por una larga cadena en la que intervienen diferentes agentes que van desde los más globales (OPEP, gobiernos o compañías internacionales) hasta los locales (agentes de distribución o propietarios de estaciones de servicio). Influyendo en todos ellos existen multitud de variables que condicionan el valor final, que también van de las más generales (oferta y demanda mundial o situaciones geopolíticas), nacionales o supranacionales (niveles impositivos) a las puramente domésticas (estructura empresarial y esquema de costes). De ahí que los mercados locales presenten, al final, posibilidades de variación de precios muy acotadas.

LA PANORÁMICA ¶

La situación de los mercados ha sido muy volátil en los últimos años, hecho éste que no es extraño al comportamiento natural de los productos petrolíferos. Con valores cercanos a los ochenta dólares por barril en agosto de 2006, hasta los cincuenta en enero de 2007 o los sesenta y cinco alcanzados pocos meses más tarde, la realidad vuelve a mostrar la volatilidad natural de estos productos. Las causas que han originado esta situación son similares a las que se han producido en el pasado. Atrás han quedado los períodos de precios bajos de los años noventa y la situación actual, que ni los más atrevidos analistas habían predicho, no ha provocado colapsos en las economías nacionales como podía parecer.

Parece, por tanto, que las economías se han adaptado a estos niveles de precios asumiendo, en

general, la situación. Y es que el debate no sólo está en los precios sino en la seguridad de suministro. Así, se puede afirmar que la principal preocupación de gobiernos y organizaciones está más en asegurar el suministro energético que en recuperar los valores de crudo y productos de los últimos años del siglo veinte.

España ha sido uno de los últimos países del entorno europeo en adoptar el modelo liberalizado de mercados de distribución de los productos petrolíferos (CNE, 2006). Como es sabido, en el año 1927 se crea el Monopolio de Petróleos (5), que reservaba para el Estado la práctica totalidad de las actividades y la propiedad o el control, mediante el título concesional, de los activos afectos a dichas actividades. En este modelo de monopolio público, administrado por CAMPSA (Compañía Arrendataria del Monopolio del Petróleo, S.A.), el Estado adquiría el producto de las refinerías para su reventa a través de la red concesional de estaciones de servicio bajo un sistema de precios fijos establecidos por el Monopolio.

El sistema de monopolio va pervivir durante años y no será hasta 1984, cuando se promulgue la Ley de Reordenación del Sector Petrolero, que iniciará un período de transición con el objetivo de transformar el sector español a los usos habituales de los países de nuestro entorno. Este hecho había sido requisito básico para poder acceder a la Comunidad Económica Europea, cuya adhesión se firma en el año 1985. Tras un período de transición que termina en el año 1992 (6) declarando, entre otras medidas, extinto el Monopolio de Petróleos de 1927. Se puede afirmar que, desde esta fecha y salvo en la existencia de un régimen de precios máximos hasta el año 1998, los cánones de operación del sector petrolero en España son similares a los del resto de países liberalizados y, de forma especial, de nuestros vecinos de la Unión Europea.

Los mercados nacionales de productos petrolíferos, como el español, siguen las pautas que les marcan los mercados internacionales. Éstos, a su vez, reflejan los movimientos del crudo en sus mercados nacionales de referencia. Dichos mercados están influenciados por las leyes de oferta y demanda, siendo extremadamente sensibles a los condicionantes geopolíticos que se producen en cada momento. Los precios que resultan de estos mercados componen la parte más importante del precio final y resultan conocidos por todos los participantes en la cadena de distribución. Sin embargo, la traslación definitiva a los mercados nacionales se produce teniendo en cuenta las características de cada área geográfica y la estructura de la misma. Esta estructura empresarial resulta similar en una misma

zona para la mayoría de las empresas que compiten por encontrar la mejor eficiencia en su entorno.

En lo referente a la traslación final del precio desde los mercados internacionales a los locales es preciso indicar que, al tratarse de productos indiferenciados (*commodities*), con demanda poco elástica, información conocida por todos los participantes y similares estructuras de costes de los operadores, el líder del mercado acaba marcando la senda de precios. El comportamiento del principal operador es seguido, habitualmente, de forma mimética y casi automática por el resto, provocando una alineación natural de precios finales que responden tanto a las fluctuaciones de los mercados internacionales como a las características de los mercados locales. Esta situación aparece en prácticamente todos los mercados liberalizados como el español.

Así, en términos globales, las variaciones de precios de los mercados locales presentan pocas diferencias entre los distintos participantes, resultando que la posible identidad de precios no obedece necesariamente a políticas de acción común o concierto de voluntades, sino más bien es consecuencia de las características propias de la estructura del mercado (7). En esta línea ya se han pronunciado distintos organismos y la mayoría de los estudios realizados a nivel macro explican los comportamientos de los precios en los mercados locales desde este prisma. Sin embargo, las autoridades de competencia y los reguladores energéticos no deben renunciar a evaluar la traslación final de precios. Esto es así porque, aunque a nivel global es muy difícil encontrar comportamientos que no estén justificados por los fundamentos del mercado, en los entornos micro sí pueden aparecer situaciones que requieran estudios pormenorizados. Y es en este ámbito en el que se deben reforzar los seguimientos, con objeto de asegurar que, incluso en las zonas de influencia más pequeñas de un área concreta de distribución, el comportamiento es correcto. Se trata, en definitiva, de supervisar entornos muy locales de la distribución minorista en estaciones de servicio (entornos urba-

nos, territorios insulares, carreteras o redes de autopistas).

La supervisión de estos entornos ejercerá de prevención ante traslaciones de precios que pudieran no estar justificadas por la evolución de los mercados internacionales y los fundamentos de los mercados locales, pero que resultarían enmascarados en un análisis global de los mercados regionales. La Comisión Nacional de Energía ya está realizando este tipo de análisis en áreas concretas y prevé ampliar los mismos, en un futuro cercano, con objeto de asegurar el buen funcionamiento de los mercados incluso en los entornos más pequeños.

NOTAS ↓

- (1) INCOTERMS. Commission on Commercial Law and Practice (CLP). International Chamber of Commerce.
- (2) Criterio utilizado por la Comisión Nacional de Energía como representativo del consumo promedio en España.
- (3) Artículo 42 de la Ley 34/98.
- (4) Artículo 43 de la Ley 34/98.
- (5) RD-L de 28 de junio de 1927.
- (6) Ley 34/1992, de 22 de diciembre, de Ordenación del Sector Petrolero.
- (7) Tribunal de Defensa de la Competencia (R. 566/03).

REFERENCIAS ↓

CNE (2006): *Cronología del sector petrolero español*. Comisión Nacional de Energía. Madrid.

CNE (2007): *Informe sobre la evolución de precio de venta al público de la gasolina 95 y del gasóleo de automoción en España durante 2006*. Comisión Nacional de Energía. Madrid.

FIGUEROA, EMILIO (2006): *El comportamiento económico del mercado del petróleo*. Díaz de Santos. Madrid.

MIRAS SALAMANCA, PEDRO (2006): «Los sistemas de reservas estratégicas de productos petrolíferos. Historia y perspectivas». *Ingeniería Química*, nº 442.

YERGIN, DANIEL (1991): *The Prize: The Epic Quest for Oil, Money, and Power*. Simon & Schuster. New York.