



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



Cuadro Nº 9: Participación directa de YPF S.A. en rubros relacionados con la infraestructura necesaria para la producción y comercialización de GLP a granel.

Rubro	Participación directa de YPF
Producción de GLP en refinerías	65,1%
Producción de GLP por separación del gas natural	40,0%
Producción de gas natural en boca de pozo	61,9%
Capacidad de transporte de GLP por ductos	64,2%
Capacidad de almacenamiento	78,2%
Terminales portuarias aptas para el comercio de GLP	2 de los 3 que existen en el país

Fuente: CNDC sobre la base de información contenida en el expediente de la referencia y citada en los párrafos anteriores.

Como comentario final, cabe destacar que no existen demasiados elementos que permitan suponer que la posición que actualmente ocupa YPF S.A. en cuanto a la infraestructura necesaria para la provisión de GLP a granel, pueda registrar cambios significativos en el corto y mediano plazo. En su presentación de fs. 57/9, YPF S.A. manifiesta que existían, en 1997, nueve proyectos de inversión destinados a incrementar la capacidad de producción de GLP en el país. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que YPF S.A. tiene participación en tres de dichos proyectos; en dos de ellos, las plantas de Aguargüe y Campo Boleadoras, YPF S.A. participará por ser miembro de las UTEs Santa Cruz I y Aguargüe, las cuales emprenderán los respectivos proyectos. Adicionalmente, YPF S.A. es el socio mayoritario del mayor proyecto de inversión previsto para la recuperación de líquidos en Argentina, cuya puesta en marcha está prevista para el tercer trimestre del año 2000.

En efecto, YPF S.A. tiene una participación del 38% en el proyecto MEGA, el cual incluye una planta que procesará 36 millones m³/día de gas en la provincia de Neuquén, donde separará el metano de los líquidos.⁹⁹ Éstos

⁹⁹ Los restantes socios que participan en el proyecto son PETROBRÁS (34%) y DOW CHEMICAL (28%).





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO

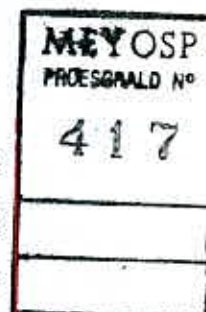


viajarán por un poliducto de más de 600 kilómetros hasta la ciudad de Bahía Blanca, donde se construirá la planta para separarlos. El etano será empleado en su totalidad (500.000 ton/año) por petroquímica Bahía Blanca para transformarlo en etileno. Por su parte, el propano y el butano serán exportados en su totalidad a Brasil (650.000 ton/año) y la gasolina (200.000 ton/año) tendrá el mismo destino. Las instalaciones incluirán, además, tres tanques refrigerados para GLP de 35.000 m³ cada uno y facilidades portuarias para operar con buques de 75.000 m³ de GLP.

Del análisis de los proyectos de inversión previstos para el futuro inmediato, se puede deducir que YPF S.A. será la empresa que tendrá, tanto directamente como a través de las UTEs en las que participa, el mayor incremento en infraestructura portuaria, de almacenaje y de poliductos. En cuanto al aumento que registrará su capacidad de procesamiento de gas natural, éste se verá solamente superado por un proyecto de ampliación que se está realizando en el complejo Cerri-Galván, propiedad de TGS. Sin embargo, si se considera que más de la mitad de las instalaciones de TGS se utilizan para procesar el gas de YPF S.A., se puede concluir que no existen demasiados elementos como para suponer que la distribución actual de infraestructura registre cambios significativos en el corto y mediano plazo.

5.2.3. El rol de los competidores nacionales de YPF

En los apartados precedentes se ha manifestado que YPF S.A. tiene una participación de aproximadamente el 50% en la producción nacional de GLP, que es el principal productor del mismo, tanto a través de la refinación de petróleo como de su separación del gas natural, que es la única firma que posee una amplia presencia geográfica en el país y que es la principal





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



89

empresa exportadora de GLP. Asimismo, se ha podido apreciar que YPF S.A. controla el 62% de la oferta de gas natural en boca de pozo, el 64% de los conductos transportadores de GLP, el 78% de la capacidad de almacenamiento existente en el país y dos de los tres puertos nacionales que poseen las cualidades necesarias para la importación y exportación de GLP. Si bien estas características permiten observar que YPF S.A. no enfrenta una competencia sustancial por parte de los restantes productores que actúan en el mercado, cabe analizar el comportamiento de los mismos a modo de determinar si esa conclusión se condice o no con la realidad.

Como se mencionó anteriormente, las características de los restantes competidores en un mercado dominado por una empresa determinada, forman parte de la definición legal y doctrinaria de "posición dominante", puesto que uno de los requisitos necesarios para que ésta se configure es que la empresa en dicha posición no enfrente una "competencia sustancial".¹⁰⁰ Ahora bien, de las probanzas recogidas en estas actuaciones surge nítidamente que esta última es la situación de YPF S.A. respecto de sus competidores, extremo que será seguidamente justificado.

En primer término se harán algunas breves reflexiones que son aplicables a todos los competidores, para luego proceder a analizar en forma particular la situación de las principales firmas que concurren junto con YPF S.A. al mercado investigado.

Con respecto a las características uniformes aplicables a todos los competidores caben señalar las siguientes:

- a) Tal como se expresó anteriormente, ninguno de ellos tiene una participación en la producción nacional de GLP que sea comparable a la de la empresa

¹⁰⁰ Ese aspecto fue comentado en el apartado 2.1., "Concepto jurídico de posición dominante".

MEYOSP
PROESGRALD Nº
417

[Handwritten notes and signatures on the left margin]



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



investigada. Sólo REFINOR S.A. (una empresa en la que YPF S.A. posee el 30% del capital accionario) supera claramente el 10% de participación, mientras que TGS registró apenas un poco más del 10% en el año 1997, pero menos de ese porcentaje en 1996. El resto de las empresas tienen participaciones muy modestas.

- b) A su vez, ninguna de las firmas competidoras tiene la logística (almacenajes, puertos, ductos y plantas de despacho) que tiene YPF S.A., la cual le otorga a esta empresa una dimensión nacional e internacional que ninguna de las restantes empresas posee.
- c) Ninguno de los competidores presenta una integración vertical tan marcada como la que tiene la empresa investigada, tanto hacia atrás (producción de gas y petróleo) como hacia adelante en el mercado fraccionador (a través de YPF GAS).

A partir de estas características generales y comunes a todos los competidores de YPF S.A., se analizará a continuación la situación particular de los más importantes.

A tal efecto, se considerará la situación de REFINOR S.A., TGS S.A., ESSO S.A.P.A., SHELL C.A.P.S.A. y BRIDAS S.A. Debe tenerse en cuenta que dichas empresas representan, en conjunto, aproximadamente el 40% del GLP total producido en el país. En otras palabras, dichas empresas producen el 80% del GLP que no es producido por YPF S.A., lo cual da una idea de lo representativo que resultan a efectos de comprender las características de la competencia que enfrenta dicha empresa.

- a) ESSO S.A.P.A.:¹⁰¹ obtiene toda su producción de GLP únicamente a partir

¹⁰¹Declaraciones testimoniales de José Pérez Silva, fs. 513-515 y 1238-1240.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

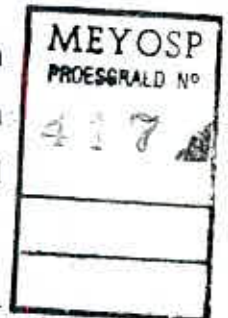
ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



del proceso de refinación del petróleo en su destilería de Campana. Según lo manifestado por su representante, la posibilidad de expandir su producción "está acotada por razones técnicas y económicas, pues para ello habría que producir inversiones".¹⁰² Adicionalmente, cabe destacar que ESSO no participa en forma permanente como oferente en el mercado de GLP a granel, puesto que posee un contrato exclusivo por el cual le vende toda la producción destinada al mercado interno al fraccionador TOTALGAZIARGÓN. En efecto, José Pérez Silva manifestó que "el conocimiento del mercado a granel de ESSO es limitado, ellos sólo entran o salen en el momento de celebrar los contratos".¹⁰³ Por último, el Sr. Silva también sostuvo que "el GLP para ESSO no es un rubro importante, que se trata de un subproducto de la destilación, y que lo importante es sacarlo rápidamente de la planta para evitar complicaciones logísticas".¹⁰⁴

Como se puede apreciar de las propias opiniones del Gerente de Ventas de la empresa, se desprende el carácter marginal que la producción de GLP reviste para ESSO y la escasa intervención de la misma en el mercado a granel, factores ambos que señalan que dicha empresa no se comporta como un competidor agresivo en el mismo.

b) SHELL C.A.P.S.A.:¹⁰⁵ obtiene toda su producción de GLP a partir de la destilación de petróleo en su planta de Dock Sud. El representante de la firma expresó que dicha producción está relativamente acotada "en el



¹⁰² Fs. 514.

¹⁰³ Fs. 1240.

¹⁰⁴ Fs. 515.

¹⁰⁵ Declaraciones testimoniales de Eduardo Mario Oneto, fs. 533-535 y 1241-1243.

Handwritten notes and signatures on the left margin, including 'el', 'D.P.', and 'MG'.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



sentido de producción económicamente eficiente".¹⁰⁶ Adicionalmente, el Sr. Eduardo Mario Oneto manifestó que "en la destilería el GLP es un producto volumétricamente marginal" y que "no hay estrategias definidas para captar nuevos clientes".¹⁰⁷ También señaló que la producción de GLP no es un negocio importante para SHELL.¹⁰⁸ Asimismo, cabe destacar que el 19 de Setiembre de 1997 SHELL C.A.P.S.A. adquirió el fondo de comercio de AUTOGAS S.A., hoy explotado por SHELL GAS S.A., y que desde entonces la producción de GLP de SHELL es vendida mayoritariamente a esta empresa.

Por lo tanto, se puede apreciar que SHELL C.A.P.S.A. no sólo pone de manifiesto que el GLP es un producto marginal para ella y que no representa un negocio importante, sino que últimamente esta empresa destina la mayor parte de su producción a su controlada SHELL GAS S.A. De todo lo antedicho se concluye que esa firma no puede ser considerada como un competidor importante en el mercado de GLP a granel.

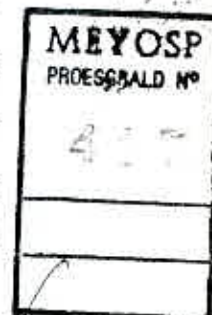
c) BRIDAS S.A. (actualmente continuada por Pan American Energy):¹⁰⁹ se extrae de la declaración testimonial de Juan Theodorou que la firma venía produciendo alrededor de 50.000 toneladas al año, habiendo aumentado la producción anual en 10.000 toneladas a partir de la puesta en funcionamiento de su planta de Río Negro a comienzos de 1998. Debe tenerse en cuenta que este aumento de producción, además de haber tenido lugar con posterioridad al período objeto de la presente investigación (años 1993-1997), no tiene una incidencia significativa en la producción

¹⁰⁶ Fs. 535.

¹⁰⁷ Fs. 534-535.

¹⁰⁸ Fs. 535.

¹⁰⁹ Declaraciones testimoniales de Juan Theodorou, fs. 536-538 y 1272-1274.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINI
DIRECCIÓN DESPACHO

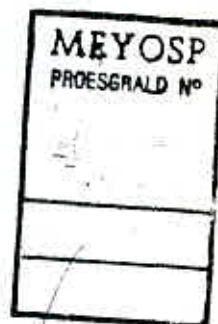


total del país, la cual se aproxima a los 2 millones de toneladas anuales.

Por otra parte, el Sr. Theodorou manifestó que el principal negocio de la empresa es la producción y comercialización de petróleo y gas natural, mientras que produce GLP debido a que es necesario extraerlo del gas natural para que éste pueda ser vendido según las especificaciones requeridas por los clientes.¹¹⁰ A su vez, el Sr. Theodorou expresó que la empresa no tiene estrategias diseñadas para captar nuevos clientes, comentando que "en la medida en que la producción no sea mayor no necesitamos nuevos clientes".¹¹¹ Por último, el Sr. Theodorou afirmó que la empresa no posee ninguna meta de participación de mercado en cuanto a ventas de GLP a granel a fraccionadores locales.

Por lo tanto, el caso de BRIDAS S.A. es el de una empresa que considera que no posee planes ni demuestra interés en captar nuevos clientes ni en aumentar su participación de mercado, por lo que tampoco podría ser considerada como un competidor "sustancial" en el mercado de GLP a granel.

d) TGS S.A.: surge de la declaración de fs. 544/7 y del informe de la Secretaría de Energía de fs. 468/9 que, si bien ha tenido lugar un incremento en su producción a partir de 1993, la participación de esta empresa en la producción total se ha mantenido estable en alrededor de un 10% durante los años 1996 y 1997. El Sr. Ricardo Jorge Trípodí declaró que TGS "no es productor de los líquidos de gas natural, sino que es procesador de gas natural de terceros".¹¹² Señaló también que la empresa únicamente produce en su planta cercana a Bahía Blanca, manifestando



¹¹⁰ Fs. 536.

¹¹¹ Fs. 538.

¹¹² Fs. 544.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINI
DIRECCION DESPACHO



que su mercado es básicamente la provincia de Buenos Aires.¹¹³ En este sentido, cuando se le preguntó al Sr. Trípodí el motivo por el cual la empresa exportaba, siendo que podía disminuir un poco su precio en el mercado interno y aumentar su participación en el mismo, éste declaró que, entre otras razones, "TGS tiene una sola planta en Bahía Blanca y que no todos los fraccionadores están dispuestos a comprarle a TGS".¹¹⁴

Por otra parte, el Sr. Trípodí manifestó que TGS no tiene ninguna meta de participación en el mercado de GLP a granel destinado a fraccionadores locales, "ya que las ventas de TGS están fuertemente ligadas a las pequeñas y medianas empresas y su oferta depende mucho de la cantidad de gas natural transportado que pasa por la planta de Gral. Cerri."¹¹⁵ Por último, cabe destacar que el Sr. Trípodí manifestó que TGS no se encuentra en condiciones técnicas de desplazar a YPF S.A. de su posición en el mercado, ya que sólo posee una planta de tratamiento de gases.

Sobre la base de todo lo antes expuesto, se colige que TGS no sólo no constituye un competidor importante de YPF S.A., sino que tampoco demuestra interés por aumentar su participación de mercado.

e) **REFINOR S.A.:** se trata de una empresa de la que YPF S.A. posee el 30% del capital accionario.¹¹⁶ Se desprende de la declaración del Sr. Juan Rómulo Soma de fs. 742c a 742f que REFINOR S.A. produce alrededor de 250.000 toneladas al año, y que además posee una capacidad de



¹¹³ Fs. 545.

¹¹⁴ Fs. 1277.

¹¹⁵ Fs. 546.

¹¹⁶ Fs. 91.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]

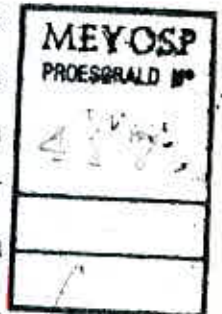
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



procesamiento de 360.000 toneladas.¹¹⁷ Adicionalmente, el representante de la firma manifestó que el negocio de dicha empresa es comprar materias primas, transformarlas y venderlas¹¹⁸, y que sus principales proveedores de gas natural son Pluspetrol e YPF. En cuanto a la participación en el mercado que actualmente tiene REFINOR S.A., Juan Rómulo Soma manifestó que del análisis costo-beneficio que hace la empresa surge "que no les conviene moverse del porcentaje de participación del 14% en el mercado fraccionador" que actualmente ocupa.¹¹⁹ Por último, se debe recordar que REFINOR S.A. utiliza la planta de almacenaje de YPF S.A. en Monte Cristo (Córdoba) y el ducto de dicha empresa para transportar su producto hasta San Lorenzo (Santa Fe).

Surge de ello que REFINOR S.A. es una empresa que, si bien es la de mayor participación en el mercado después de YPF S.A., tiene a esta última como uno de sus principales proveedores y como propietaria del 30% de su capital accionario. Por otra parte, el Representante Comercial de la empresa declaró que a la misma no le conviene, desde el punto de vista económico, intentar aumentar su presencia en el mercado.

A modo de recapitulación, esta Comisión señala que todos los productores considerados, que representan la mayor parte de la competencia que enfrenta YPF S.A., han manifestado no tener ninguna meta en lo que a participación en el mercado se refiere. Su competidor más importante, por ejemplo, sostiene que no le resulta conveniente intentar cambiar la participación que actualmente posee. De los cuatro competidores restantes,



¹¹⁷ Según los datos obtenidos por la CNDC durante la investigación, REFINOR produjo 258.673 toneladas de GLP en el año 1995 y 273.674 en el año 1996.

¹¹⁸ Fs. 742c.

¹¹⁹ Fs. 742d.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINI
DIRECCIÓN DE DESPACHO



tres manifestaron no tener ninguna estrategia de captación de nuevos clientes y el cuarto expresó que no todos los fraccionadores están dispuestos a comprarle y que no posee la capacidad para desplazar a YPF S.A. del mercado.

Resulta claro entonces que dichos productores no constituyen una competencia sustancial para YPF S.A., en el sentido en que no sólo poseen participaciones de mercado significativamente inferiores a la que ostenta aquélla, sino que tampoco hacen uso de las mismas para generar un proceso competitivo dinámico que se manifieste en la búsqueda permanente de nuevos clientes y de un fortalecimiento en la posición de cada empresa en el mercado de GLP a granel, y además no poseen la infraestructura necesaria para hacerle una "guerra de precios" a YPF S.A.

Esta afirmación fue, a su vez, ratificada por la opinión de distintos conocedores del mercado analizado, como por ejemplo Jorge Lapeña, ex Presidente de YPF y ex Secretario de Energía de la Nación, quien declaró que "caracteriza al mercado interno como no competitivo".¹²⁰ Por su parte, Agustín Pedro David manifestó que "se trata de un mercado, el interno, maduro, con una estructura definida en cuanto a sus participantes, con participaciones de mercado establecidas, y las posibilidades de crecimiento del mercado no son mucho más grandes debido a la demanda estable del GLP en el mercado argentino".¹²¹ Como se puede apreciar, esta última descripción dista mucho de ser la de un mercado dinámico en el que existe una fuerte competencia entre empresas; parece más bien como que el resto de las empresas acepta el liderazgo de YPF S.A. y se siente incapacitado para competir enérgicamente.

¹²⁰ Declaración testimonial de Jorge Lapeña, Presidente del Instituto Argentino de la Energía "General Mosconi", fs. 1328.

¹²¹ Declaración testimonial de Agustín Pedro David, Analista Comercial de la Gerencia de Líquidos de TOTAL AUSTRAL S.A., fs. 1047.



Handwritten notes and signatures on the left margin, including 'J.L.', 'S.P.', and 'MG'.

Handwritten signature or mark on the right margin.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



Como conclusión puede afirmarse, sobre la base de los distintos aspectos considerados en el presente apartado, que la competencia que enfrenta YPF S.A. en el mercado de GLP a granel no reviste las características necesarias como para ser considerada "sustancial".

Resta, sin embargo, un aspecto de la estructura del mercado que aún no ha sido mencionado y que puede ser importante a efectos de determinar si YPF S.A. goza o no de una posición de dominio. En efecto, debido a que, tal como se analizará más adelante, el abuso de posición dominante que ha motivado la presente investigación se llevó a cabo contra el sector fraccionador, la composición de la demanda de GLP a granel por parte de dicho sector podría ser determinante para discernir la posición que ocupa la empresa imputada. Supóngase, por ejemplo, que en el sector fraccionador existiera una única empresa, la cual a su vez sería la única demandante de GLP a granel. En dicho caso, no obstante poseer YPF S.A. una posición importante entre los productores de GLP, su accionar se vería limitado por el poder de negociación que tendría el único demandante del producto. Del mismo modo, la libertad de acción de YPF S.A. sería mayor mientras mayor fuera el número existente de demandantes y menor la cantidad demandada por cada uno.

En el caso del sector fraccionador argentino, YPF S.A. señala en su presentación de fs. 1074 que, según la Secretaría de Combustibles, existen en el país ochenta y seis empresas fraccionadoras de GLP, mientras que para la Cámara de Empresas Argentinas de Gas Licuado dicho número se reduce a cincuenta y cinco, que explotan el orden de las doscientas plantas distribuidas por todo el país.¹²² Debe destacarse que el mercado ha sufrido importantes

MEYOSP PROESGRALD Nº 417

¹²² Presentación de YPF S.A., fs. 1074.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATING
DIRECCION DESPACHO



transformaciones en los últimos años, registrándose en el mismo un proceso de concentración y fusión.¹²³ En este sentido, cabe señalar que tras la compra de AGIP GAS y la creación de YPF GAS por parte de YPF S.A. en 1995, SHELL adquirió AUTOGAS y creó SHELL GAS en 1997 y, recientemente, ALGAS fue adquirida por REPSOL.

No obstante el mencionado proceso de concentración en el sector fraccionador, el mismo resulta considerablemente más competitivo que el mercado de producción de GLP a granel. Más allá de la impresión que en tal sentido genera la comparación simple del número de empresas que operan en uno y otro mercado, dicha afirmación puede ser también sustentada observando la participación en el mercado de las principales empresas fraccionadoras de GLP.

En tal sentido, del total de empresas fraccionadoras que existían en 1996, las cuatro mayores controlaban aproximadamente el 62% del mercado fraccionador nacional, a saber: YPF GAS (20.7%), Argón (18%), Algas (12.8%) y Autogas (10.6%).¹²⁴ Tal como se puede observar, el grado de concentración de este mercado parece ser considerablemente inferior al registrado en la producción de GLP a granel, en el cual las cuatro empresas principales controlaban en 1996 aproximadamente el 85% de la misma.¹²⁵ Adicionalmente, el proceso de integración vertical que se ha venido produciendo entre empresas fraccionadoras y productoras de GLP implica sin duda una menor presión por parte de la demanda sobre los productores, debido a que las



¹²³ Revista "Carta Petrolera", publicación mensual editada por Montamat&Asociados, Año 7, N° 39, Julio de 1997, Anexo XV, fs. 18.

¹²⁴ Revista "Carta Petrolera", publicación mensual editada por Montamat&Asociados, Año 7, N° 39, Julio de 1997, Anexo XV, fs. 18.

¹²⁵ Dicho porcentaje ha sido calculado por la CNDC sobre la base de la información relevada durante la investigación.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



ventas de un producto de una empresa controlante a su controlada no está regida por el mismo tipo de incentivos que se presentan cuando el comprador y el vendedor son empresas distintas. En efecto, para el caso de 1996 que se mencionó anteriormente, nótese que el sector fraccionador no sólo evidenció durante dicho año un menor grado de concentración que la producción de GLP a granel, sino que la principal empresa del mismo (YPF GAS, 20.7% del mercado) era controlada por la mayor empresa productora de GLP (YPF S.A., 53.9% de la producción nacional).

Así, la prueba disponible indica que YPF S.A. ocupa una posición de dominio en el mercado de GLP a granel. No sólo produce esta empresa el 50% del GLP total producido en el país, sino que es la única firma con presencia geográfica en gran parte del mismo y la principal exportadora de GLP en la Argentina. Asimismo, YPF S.A. controla un porcentaje elevado de la oferta de gas natural en boca de pozo, de los conductos transportadores de GLP, de la capacidad de almacenamiento existente en el país y de los puertos aptos para la exportación e importación del producto. Por otra parte, se ha visto que los competidores de YPF S.A. no han evidenciado en sus dichos y actos una estrategia agresiva de búsqueda de nuevos clientes y crecimiento de la participación en el mercado, sino que manifiestan que no les conviene o que carecen de capacidad para incrementar su porcentaje de producción sobre el total. Por último, se ha comentado que la demanda de GLP por parte del sector fraccionador se encuentra menos concentrada que la oferta del producto, y que el proceso de integración vertical que se está registrando en dicho sector disminuye el grado de presión que el mismo ejerce sobre los productores de GLP a granel.

De lo expuesto, se concluye que YPF posee una posición tal en la



Handwritten notes and signatures on the left margin, including 'E', 'M', 'S.P.', and 'M6'.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minoría
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES CONIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



producción de GLP a granel que le permite actuar en forma relativamente independiente de sus competidores. A modo de ratificar esta aseveración sobre la base de otros aspectos de este mercado, se analizarán en el siguiente apartado algunas características del proceso de formación de precios en el mismo.

5.2.4. La formación de los precios de venta al sector fraccionador de GLP

La cuestión de la formación de los precios de venta al sector fraccionador de GLP resulta de particular importancia para el cargo que esta Comisión sostiene contra YPF S.A. En efecto, el concepto teórico de posición dominante se corresponde con una determinada lógica de formación de precios en el mercado, según la cual la empresa dominante fija un precio de mercado y el resto de los productores utiliza al mismo como referencia. En el caso que nos ocupa, de tener YPF S.A. una posición de dominio en el mercado de GLP a granel, debería ser dicha empresa quien determina el precio del mismo, mientras que el resto de las firmas deberían comportarse como tomadoras de precio ("precio aceptantes"). Es decir, quien establece el precio (o precios) en el mercado sería YPF S.A. y este precio (o precios) sería tomado como referencia, directa o indirectamente, por el resto de las empresas para fijar los suyos.

De la prueba acumulada durante la investigación, surge que existe una clara diferencia entre la forma en que YPF S.A. establece sus precios y la forma en que lo hacen sus competidores. Así, mientras que YPF S.A. decide unilateralmente sus precios y los hace públicos al anunciarlos a sus clientes, las restantes empresas toman como referencia el precio de YPF S.A. (por ejemplo BRIDAS), o establecen cláusulas de revisión que toman como referencia los precios del mercado ponderado por las participaciones (ESSO





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



S.A.P.A.), o fijan sus precios según los precios de mercado (SHELL C.A.P.S.A. y TGS S.A.), o negocian el precio con cada cliente en particular (REFINOR S.A.).

La forma unilateral en que YPF S.A. establece sus precios y los anuncia a sus clientes se pone de manifiesto en las diversas circulares que constan en el Anexo I del presente expediente. A través de estas circulares, la empresa informa a sus clientes el día y la hora a partir de los cuales se modifican los precios de venta vigentes en sus distintas plantas. Se desprende de ellas que dicha empresa establece precios de lista (y sus bonificaciones) para cada una de sus plantas, que los modifica unilateralmente (generalmente son aumentos) y que posteriormente los comunica a sus clientes.¹²⁶

Incluso cuando YPF S.A. formaliza un contrato de largo plazo, como en el caso del contrato con AUTOGAS que consta en las presentes actuaciones, los precios no se fijan de antemano en algún valor determinado o con referencia a precios internacionales de GLP como el de Mont Belvieu¹²⁷, sino que hay una remisión al precio de "lista vigente al momento de efectuar la compra".¹²⁸ Asimismo, resulta ilustrativa la declaración testimonial del Sr. Brunet (ALGAS S.A.) respecto de la forma de en que YPF S.A. fija sus precios, en la cual manifiesta que dicha empresa implementa aumentos de precios en forma unilateral. Así, el Sr. Brunet manifestó que "ALGAS trataba de minimizar las compras a YPF S.A., principalmente por su precio..."; y cuando se le

¹²⁶ Anexo I, fs. 7 a 13, 15 a 39, 41 a 53 y 361.

¹²⁷ Mont Belvieu es una localidad de los Estados Unidos en la que opera un gran mercado competitivo de GLP; debido a la magnitud y la transparencia de las transacciones que en el mismo se realizan, sus precios son generalmente tomados como referencia en las operaciones internacionales de GLP. Cabe resaltar que todos los expertos consultados por esta Comisión consideran este mercado como el más competitivo e importante a escala internacional. Por ello, es apropiado considerar al precio de Mont Belvieu como representativo del costo marginal de producir GLP.

¹²⁸ Fs. 361 del Anexo I, contrato de YPF S.A. con AUTOGAS S.A.I.C., cláusula 4.



EC

MS

J.P.

D

ML 166

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

189



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

preguntó a qué se debió el incremento de precios de YPF S.A. contestó que "el mercado no funcionaba en forma competitiva", agregando (en respuesta a la pregunta de por qué los precios de YPF S.A. eran mayores que los de los otros productores nacionales) que "no sabe, que considera que es un problema de YPF S.A.". ¹²⁹ Se puede sostener que es YPF S.A. quien posee capacidad e independencia, y de hecho las pone en práctica, de aumentar unilateralmente sus precios.

Cabe observar, que el hecho de tener YPF S.A. plantas de despacho en todas las regiones del país, y un precio dado a conocer públicamente a sus clientes para cada una de ellas, proporciona al resto de los productores de GLP una referencia, cualquiera sea el lugar del mercado nacional donde operen.

En ese sentido, la empresa BRIDAS S.A.P.I.C. siguió la práctica de establecer sus precios de venta de GLP a los fraccionadores locales (ARGON S.A., su principal cliente fraccionador local) tomando como referencia los precios fijados por YPF S.A. en su planta de Luján de Cuyo (Mendoza). Así, de acuerdo a los contratos obrantes en el Anexo V del expediente (fs. 2), el precio al que BRIDAS vendió a ARGON durante los meses de febrero y marzo de 1996 en su planta de Luján de Cuyo se estableció como: "YPF - 14% + 2 U\$S/ton" para las primeras 600 tn e "YPF - 14% - 8 U\$S/ton" para las toneladas excedentes.

Por su parte, en el contrato con ARGÓN de fs. 7 del Anexo V, del 21/1/94, con vigencia entre el 1/1/94 y el 31/3/94, se establece que para la entrega de GLP en la planta de Luján de Cuyo de BRIDAS "el precio correspondiente a las primeras 800 ton mensuales será el que resulte de tomar

¹²⁹ Fs. 397 - 398.



ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO

189

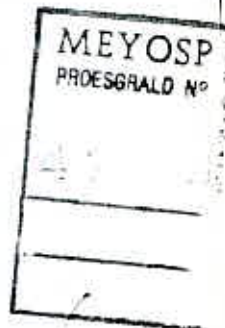


Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

el 93% (noventa y tres por ciento) de los precios que YPF S.A. fije para ese producto en Luján de Cuyo (Mendoza), que a la fecha representa un valor neto de US\$ 214 (Dólares estadounidenses DOSCIENTOS CATORCE), al que deberá agregar el correspondiente IVA. El precio correspondiente a la cantidad adicional (aproximadamente 400 tn. mensuales) será el que resulte de tomar el 86% (ochenta y seis por ciento) de los precios que YPF S.A. fije para ese producto en Luján de Cuyo (Mendoza), que a la fecha representa un valor neto de US\$ 198 (Dólares estadounidenses CIENTO NOVENTA Y OCHO), al que se le deberá agregar el correspondiente IVA".

Este tipo de cláusula se repite en el contrato de fecha 17/10/94, (fs. 5) que establece: "Precio. El precio será, entre los meses de abril y septiembre, el 89% del precio que YPF S.A. fije para el LPG en Luján de Cuyo (Mendoza), que a la fecha representa un valor neto de US\$ 211 (dólares estadounidenses DOSCIENTOS ONCE); y entre los meses de octubre y marzo, el 86% del precio que YPF S.A. fije para el LPG en Luján de Cuyo (Mendoza), que a la fecha representa un valor neto de US\$ 204 (dólares estadounidenses DOSCIENTOS CUATRO). A estos precios se les deberá agregar el correspondiente IVA. ARGON S.A. remitirá en copia a BRIDAS S.A.P.I.C. toda modificación que efectúe YPF S.A. a los precios de venta de LPG en Luján de Cuyo (Mendoza), los que serán aplicados sobre la base de la fórmula prevista, a todas las entregas a partir de su vigencia". Como puede observarse, estos acuerdos entre BRIDAS y ARGON, remiten a los precios anunciados por YPF S.A. para su planta de Luján de Cuyo.

También resulta ilustrativo analizar el mecanismo utilizado por ESSO S.A.P.A. para establecer sus propios precios de venta de GLP, pues el mismo corrobora que la lógica de formación de precios es la de un mercado



EL

J.P.
M
MG

ES COPIA

[Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO




Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

dominado por una empresa importante (la empresa dominante) tal como se expusiera al inicio del presente apartado. Efectivamente, el contrato de fecha 8/12/90, que estipulaba una vigencia de CINCO (5) años, celebrado entre dicha empresa y las fraccionadoras ARGÓN S.A. y MULTIGAS S.A. (Anexo V, fs. 60/65) establecía en el artículo SEGUNDO que: " El precio de venta de los productos, en tanto se mantenga el mercado regulado, será el oficial que rija el día de entrega y que sucesivamente disponga Gas del Estado o el ente que lo reemplazare en su boca Gral. Belgrano (La Matanza) para fraccionadores... En el supuesto de implementarse la desregulación anunciada por el Gobierno Nacional en el sector Gas, las partes acuerdan que el precio será el vigente para fraccionadores el día de entrega en la boca General Belgrano (La Matanza, Prov. de Bs. As.) operada por GDE o quien lo reemplace en el futuro." Puesto que fue YPF S.A. quien reemplazó a Gas del Estado en la operación de la planta de General Belgrano, se desprende que durante la vigencia de dicho contrato la política de precios de ESSO S.A.P.A. consistió en seguir los precios fijados por YPF S.A. para dicha planta.

A su vez, los contratos de ESSO con ARGÓN, MULTIGAS y MULTIARGÓN, de fecha 29/8/95 (fs. 37/42 del Anexo V), 16/12/93 (fs. 44/49) y 29/6/93 (fs. 50/54), contienen una cláusula de revisión de precios que toma como referencia los precios de los oferentes del Gran Buenos Aires. Así, incluían textualmente la siguiente cláusula: "Asimismo, si los precios del propano y del butano del mercado de oferentes en el Gran Buenos Aires (especificado éste como el promedio de los precios de quienes operen en ese momento ponderados según su participación en el mercado) resultaran superiores a... \$/tn; cualquiera de las partes podrá solicitar a la otra la revisión de los precios aquí pactados siempre que se cumpla la segunda condición de que la diferencia entre los precios fijados en a) y los del mercado de oferentes en el Gran Buenos Aires superen el 5% en más o en menos". La referencia a

ca.

[Handwritten initials]

[Handwritten initials]

[Handwritten mark]

[Handwritten initials]

MEYOSP
PROGRAMA N°
417

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

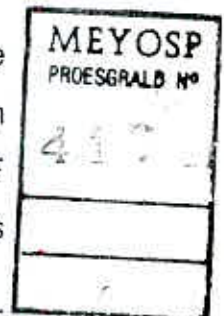
ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEM' TINE
DIRECCION DESPACHO



los precios ponderados por las participaciones hace que, en los hechos, la remisión conduzca fundamentalmente a los precios cobrados por YPF S.A., ya que con sus plantas de despacho de General Belgrano, Dock Sud y La Plata, todas ubicadas en el Gran Buenos Aires, YPF S.A. reunió para el año 1995 el 80% por ciento del mercado de oferentes del Gran Buenos Aires.¹³⁰ Corresponde reparar, además, en que a diferencia de lo que sucede con YPF S.A., quien anuncia a sus clientes públicamente los precios de lista, ESSO acuerda con su cliente Argón la confidencialidad de todos los términos del contrato (incluido el precio, fs. 20 del Anexo V).

Por su parte, cuando se le preguntó respecto de los precios de venta a fraccionadores, la empresa SHELL C.A.P.S.A. manifestó que les vendía GLP "a los precios del mercado, en competencia con el resto de los productores" (fs. 534). Es decir, a diferencia de lo que sucede con YPF S.A., quien juega un rol activo fijando sus precios y comunicándolos, SHELL indica que "toma" los precios del mercado, jugando un rol pasivo en la formación de los mismos. En igual sentido se pronunció el representante de TGS S.A. manifestando que "en el caso de TGS los precios de exportación están relacionados con precios internacionales y los precios internos con el mercado argentino" (fs. 545).

Finalmente, el representante de la empresa REFINOR declaró que los precios de venta a fraccionadores "surgen en el proceso de negociación con el cliente", marcando una diferencia sustancial con la forma en que YPF S.A. establece sus precios (fs. 742E). REFINOR negocia con sus clientes



¹³⁰ El mercado de oferentes del Gran Buenos Aires incluye a las mencionadas plantas de YPF S.A., la planta de ESSO en Campana y la de SHELL en Dock Sud. El cálculo de la participación de YPF S.A. ha sido efectuado considerando como la oferta de dicho mercado a la de esta empresa y a la de SHELL. La oferta de ESSO no fue tomada en cuenta debido a que es precisamente el precio de la misma el que se está estableciendo en el contrato considerado, razón por la cual el mismo se refiere a la oferta proveniente de otros productores (Anexo III, fs. 10, mapa ilustrativo, fs. 149 a 166 y Anexo 19, fs. 1).



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES/CORIA
[Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

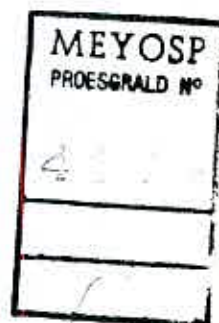


fraccionadores (ARGÓN/TOTAL y ALGAS/REPSOL) e indudablemente tiene como referencia los precios del mercado; a este respecto el representante de REFINOR manifestó que sus precios son competitivos "porque los clientes siguen comprando".

De acuerdo a lo expuesto, entonces, cuando se analiza el carácter de la competencia que enfrenta YPF S.A. se advierten distintos elementos que indican que la misma no puede ser considerada sustancial. En primer lugar, existen grandes diferencias entre las participaciones que en el total de la producción de GLP a granel tienen YPF S.A. y sus competidores. Por otra parte, dicha empresa posee una proporción significativa de la infraestructura existente en el país para la producción y comercialización de GLP a granel. Más aún, las declaraciones de los propios competidores de YPF S.A. sugieren que los mismos no están interesados en emprender una conducta agresiva que les permita aumentar su participación en la producción de GLP. En cuanto al sector fraccionador, en el cual YPF S.A. habría abusado de su posición de dominio, se explicaron las razones por las cuales el mismo no está en condiciones de ejercer una presión que limite el accionar de las empresas productoras. Por último, se demostró que la política de fijación de precios de YPF S.A. difiere sustancialmente de la de sus competidores; mientras que dicha empresa fija sus precios unilateralmente, estos últimos los establecen con referencia al mercado o al comportamiento de aquélla.

Sin embargo, nada se ha dicho hasta ahora de la amenaza que podría representar para YPF S.A. la posible entrada de nuevos competidores al mercado. Si dicha amenaza fuese importante, en el sentido de que nuevos competidores podrían ingresar con relativa facilidad al mercado de GLP a granel, entonces la libertad de acción de YPF S.A. se vería limitada por la

[Handwritten notes and initials: EL, M, P, S, V, M]



[Handwritten mark]



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES CORIA
[Handwritten signature]

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



misma, no obstante gozar esta empresa de una independencia considerable respecto de sus competidores actuales. Para esclarecer este punto, en el siguiente apartado se considerará el grado de desafiabilidad que presenta el mercado de GLP a granel.

5.2.5. Desafiabilidad del mercado de GLP a granel¹³¹

La teoría de los *mercados desafiables* tiene su origen en los economistas William Baumol, John Panzar y Robert Willig. Según dicha teoría, un mercado puede ser considerado como perfectamente desafiable si se satisfacen tres condiciones principales, a saber:

- a) Las empresas nuevas no enfrentan desventajas frente a las ya instaladas. Esto significa que las nuevas empresas acceden a la misma tecnología de producción, los mismos precios de los insumos, los mismos productos y la misma información sobre la demanda.
- b) No existen costos hundidos (o irrecuperables), es decir, todos los costos asociados con la entrada al mercado son plenamente recuperables. Una nueva firma puede, por lo tanto, salir del mercado sin incurrir en costo alguno. Por ejemplo, si la entrada a un mercado requiere la construcción de instalaciones de producción a un costo K , entonces no existirían costos hundidos si, al salir del mercado, la empresa puede vender dichas instalaciones a un precio igual a K . Por el contrario, si no existe un mercado para tales instalaciones y las mismas deben ser vendidas a un valor residual igual a R , entonces los costos hundidos serían iguales a $K-R$.
- c) El rezago de entrada (es decir, el período de tiempo comprendido entre el momento en que la decisión de ingresar al mercado por parte de la nueva

¹³¹ Los aspectos teóricos del presente apartado han sido extraídos de VISCUSI, Kip, VERNON, John y HARRINGTON, Joseph, "Economics of Regulation and Antitrust", The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1998, Cap. 6.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



empresa es conocida por las empresas ya instaladas y el momento en el que la nueva empresa se encuentra en condiciones de ofrecer el producto en cuestión) es menor que el rezago necesario para que las empresas ya instaladas puedan ajustar sus precios (entendiéndose dicho rezago como el momento en el cual las empresas instaladas desean cambiar sus precios y el momento en el cual efectivamente pueden cambiarlos).

Cabe analizar detenidamente el concepto de mercado desafiante, así como las condiciones necesarias para la existencia del mismo. Se puede apreciar, en primer lugar, que dicho concepto se refiere a la facilidad con la que se puede producir el ingreso de nuevas empresas al mercado en cuestión. En efecto, supongamos que un mercado es perfectamente desafiante. En tal caso, debido a la primera condición, la empresa que desee ingresar al mercado estará en condiciones de tener el mismo acceso que las empresas ya instaladas a la tecnología vigente, a los insumos y a la información relevante.

Por la segunda condición, la empresa entrante no tendrá que incurrir en inversiones en infraestructura que posteriormente no podrá recuperar. Nótese que este punto no hace referencia a las inversiones que tengan que efectuar las nuevas empresas, sino a la posibilidad que tendrán las mismas de recuperar dicha inversión posteriormente. La diferencia no es trivial debido a que, si la inversión puede ser totalmente recuperada al salir del mercado, la misma no constituirá un costo económico más allá del costo de capital involucrado en tener dinero inmovilizado en una inversión en vez de darle algún otro uso (por ejemplo, depositarlo en el banco). Por el contrario, si la inversión no es susceptible de ser posteriormente recuperada, la totalidad de la misma constituirá un costo económico, lo cual puede actuar como un factor disuasorio al ingreso de nuevas empresas al mercado.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

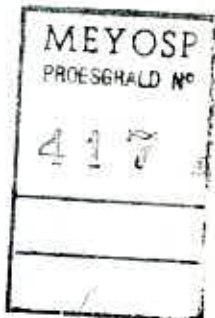
ESCORIA
[Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



Por último, la tercer condición implica que, entre el momento en el que la nueva empresa anuncia su ingreso y el momento en el que se convierte en un oferente efectivo del producto, las empresas ya instaladas no pueden modificar sus precios. Esta condición es importante porque si la misma se cumple, entonces la empresa que desea entrar al mercado sabe con certeza que los precios vigentes en el mismo no cambiarán antes de que se produzca su ingreso en forma efectiva. Por el contrario, si los precios pueden cambiar con mayor rapidez, la empresa que desee entrar al mercado no podrá conocer con certeza las condiciones que regirán en el momento de su ingreso y estará sujeta a la reacción de las empresas ya instaladas.

La importancia que reviste el concepto de desafiabilidad del mercado es que, en un mercado perfectamente desafiable, la amenaza que representa el ingreso de nuevos competidores tiende a disciplinar a las empresas que actúan en el mismo. En efecto, debido a sus características, en un mercado perfectamente desafiable una nueva empresa podría ingresar rápidamente, comercializar el producto en cuestión en igualdad de condiciones con las empresas que ya se encuentran instaladas en él, y posteriormente retirarse del mismo sin haber incurrido en costos hundidos. Tal posibilidad a su vez restringe la libertad de acción de las empresas participantes en el mercado. Supóngase, por ejemplo, que existe un único productor en un mercado perfectamente desafiable. En dicho caso, no obstante ser un monopolista, el productor no podrá aumentar los precios a modo de obtener beneficios extraordinarios: si así lo hiciera, no tardarían en ingresar nuevas empresas al mercado que, atraídas por la posibilidad de beneficiarse de los precios elevados, aumentarían la oferta del mercado y consecuentemente, el precio disminuiría.

Resulta relevante entonces determinar si el mercado de GLP a



[Handwritten mark]

[Handwritten marks: ex, J.P., M]

[Handwritten marks: 146, 146]



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



granel puede ser considerado como un mercado desafiante. Si así fuera, YPF S.A. no ostentaría una posición de dominio a pesar de los elementos considerados en los apartados precedentes. En tal caso, la amenaza potencial que representaría el ingreso de nuevos participantes al mercado de GLP a granel le impediría a dicha empresa actuar en forma relativamente independiente.

Si bien un mercado perfectamente desafiante representa una abstracción teórica que difícilmente sea observable en la realidad, se comprueba fácilmente que ni aún una definición más moderada del mismo podría incluir al mercado argentino de GLP a granel. A modo de comprobar esta afirmación, se analizará a continuación dicho mercado a la luz de las condiciones necesarias para que un mercado sea considerado desafiante.

En cuanto a la primera condición, se debe señalar que una empresa ingresante al mercado probablemente enfrentaría desventajas frente a YPF S.A. en lo que al acceso a los insumos necesarios para la producción de GLP se refiere. En efecto, YPF S.A. es la empresa con mayores reservas de gas natural y mayor capacidad de refinación de petróleo crudo del país, hecho que fue reconocido por los expertos consultados por la CNDC Jorge Edgardo Lapeña, ex Presidente de YPF, ex Secretario de Energía de la Nación y actual Presidente del Instituto Argentino de la Energía "Gral. Mosconi", y Daniel Gustavo Montamat, ex Presidente de YPF y actual miembro de Montamat & Asociados. Al mismo tiempo, el primero de los nombrados afirmó que dicha condición "puede ser disuasiva a la entrada de nuevas empresas al mercado de GLP a granel".¹³²

En cuanto a la existencia de costos irrecuperables en el ingreso al

¹³² Fs. 1327.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

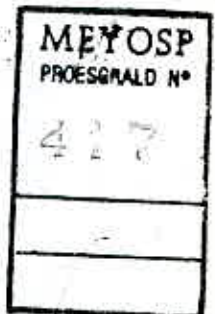
ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



mercado de GLP a granel, una empresa que desee participar en el mismo deberá efectuar importantes inversiones en infraestructura destinada específicamente a la producción y comercialización de dicho producto. En tal sentido, el Sr. Lapeña, ex Presidente de YPF y ex Secretario de Energía de la Nación, afirmó que la posición de liderazgo que ocupa YPF S.A. en lo que a logística respecta, puede ser disuasiva al ingreso de nuevas empresas al mercado de GLP a granel.¹³³ Por su parte, el Sr. Montamat, ex Presidente de YPF, manifestó que "El mercado del GLP, dentro de los mercados de los combustibles, se caracteriza por requerir grandes inversiones para la entrada y operación. Como el valor de esas inversiones, si un participante deja el mercado, es valor residual, las inversiones en logística y almacenamiento tienen la característica de un costo hundido".¹³⁴

Tal como fuera expuesto por los especialistas consultados por la CNDC, las inversiones necesarias para la producción y comercialización del GLP a granel conservan tan sólo un valor residual en el momento en que se produce la salida del mercado de la empresa que las ha efectuado, razón por la cual las mismas constituyen un costo hundido. Si, además del carácter irrecuperable de las inversiones, se toma en cuenta la magnitud de las mismas, resulta evidente que el mercado de GLP a granel no cumple de ninguna manera con la segunda condición necesaria para que un mercado sea considerado como desafiante.

Por último, la tercera cualidad requerida para que un mercado sea desafiante, que el período de tiempo que requiere una empresa para ingresar en el mercado sea menor que el requerido por las empresas instaladas para modificar sus precios, claramente no se verifica en el mercado nacional de



¹³³ Fs. 1327.

¹³⁴ Fs. 1312.

Ex
/
M
D.F.
S
MG
MG



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



GLP a granel. Por un lado, las inversiones necesarias para la producción y comercialización del producto requieren cierto tiempo, a partir del momento en que se inician, para comenzar a operar, y de ningún modo permiten comenzar a producir GLP inmediatamente después de tomada la decisión de ingresar al mercado. Por otra parte, las empresas productoras pueden variar sus precios de lista en forma casi instantánea cuando les resulte conveniente.¹³⁵

Como conclusión, puede afirmarse que el mercado nacional de GLP a granel no es un mercado desafiante. En primer lugar, se ha mencionado que las empresas que quisiesen ingresar al mismo podrían encontrarse en desventaja en lo que el acceso a los insumos se refiere. Por otra parte, se ha afirmado que el ingreso a dicho mercado requiere importantes inversiones que revisten las características de costos hundidos. En ambos casos se ha hecho referencia a la opinión de expertos que han declarado que dichos factores podrían resultar disuasorios para el ingreso de nuevos competidores al mercado. Por último, se ha comentado que el plazo que requiere una empresa para entrar al mercado es mucho mayor que el que necesitan las ya existentes para modificar los precios.

5.2.6. Las importaciones de GLP a granel

Sin embargo, hasta aquí nada se ha dicho de la posibilidad de importar GLP, aspecto que resulta imprescindible analizar a efectos de determinar el grado de desafiabilidad del mercado. En efecto, una empresa entrante al mercado no necesariamente debe instalarse en el mismo, sino que podría realizar importaciones del producto siempre que le resultase rentable hacerlo¹³⁶, con lo cual cumpliría el mismo rol disciplinador que la creación una



¹³⁵ Salvo el caso en que existan contratos de largo plazo entre empresas productoras y fraccionadoras que ligen el precio de la transacción a algún precio de referencia como ser, por ejemplo, el precio de Mont Belvieu.

¹³⁶ Es decir, siempre que el precio interno del producto en cuestión superase la paridad de

Handwritten notes and signatures on the left margin, including 'SC', 'M', 'B.F.', and 'MB'.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



nueva empresa productora en el país. Nótese que la posibilidad de importar un producto aumenta la desafiabilidad del mercado en los casos en que las importaciones pueden realizarse rápidamente, no necesitan incurrir en costos hundidos y no requieren del acceso a tecnología, recursos naturales o información especial.

En el caso del GLP a granel, el aspecto de la importación reviste características particulares, puesto que han existido pocas operaciones de tal índole durante el período considerado y, por lo tanto, gran parte del análisis debe efectuarse sobre la base de consideraciones teóricas. En efecto, la única operación significativa de importación de GLP durante el período 1993-1997 fue efectuada por YPF S.A., que importó 23.890 toneladas del producto en 1997. Cabe destacar, sin embargo, que la misma formó parte de un acuerdo de swap de GLP entre dicha empresa y PETROBRÁS, por lo cual no puede ser considerada como representativa a efectos de establecer una paridad de importación.

Por otra parte, YPF S.A. realizó estimaciones teóricas de lo que costaría importar GLP a la Argentina y las incluyó en su presentación de fs. 1063/173. Según la empresa, estas estimaciones fueron realizadas considerando como fuentes de abastecimiento al Golfo Árabe y a Mont Belvieu. En el caso del Golfo Arabe, se supuso un transporte marítimo del producto en buques de 75.000 m3 (según YPF S.A., el módulo más económico para esas distancias), cuyo costo fue obtenido de la publicación "LPG WORLD MARKETS" de POTEN & PARTNERS para Yambú (Arabia Saudita)/AG - Brasil. Por la limitante de calado de estos buques, se consideró el costo de

MEYOSP
PROESGRALD Nº
417

importación del mismo. En efecto, si la paridad de importación del bien (costo de importar el mismo al país, incluyendo fletes, seguro, etc..) fuese mayor que el precio interno del mismo, nadie estaría dispuesto a importarlo, puesto que lo que se obtendría por su venta en el país sería menor al costo de importación.

[Handwritten notes and signatures]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



alijo para la mitad de la carga. Por último, se incluyeron los costos de almacenamiento y despacho de la terminal refrigerada.

Por su parte, en la hipótesis de Mont Belvieu se consideró el flete sobre la base del mismo tamaño de buque y para 38 días de navegación. Adicionalmente, se incluyeron los costos de almacenamiento y despacho de la terminal refrigerada. Los cálculos finales referidos a lo que costaría importar GLP al país presentados por YPF S.A. pueden observarse en el Cuadro N° 10.

Cuadro N° 10: Costo de importación y precios de exportación de GLP.

En dólares.

Año	Paridades de Importación		Paridad Promedio de Importación (B+A)/2	Exportación	Relación: Prom. Importación/Exportación
	Mt. Belvieu (A)	Saudi Arabia (B)			
1994	220.0	195.4	207.7	142.2	46.1%
1995	233.2	266.2	249.7	170.3	46.6%
1996	278.2	266.6	272.5	206.5	32.0%
1997 ¹³⁷	318.7	371.0	344.9	198.6	73.7%

Fuente: YPF S.A. (fs. 1114).

Como se puede apreciar, la diferencia que existe entre la paridad de exportación y la paridad de importación calculada por YPF S.A. resulta significativa durante los cuatro años considerados, no siendo en ninguno de ellos inferior al 30% de la primera. Ello significa que, entre los años 1994 y 1997, un monopolista doméstico podría haber incrementado sus precios en al menos un 30% por sobre la paridad de exportación sin temer que se produjera una importación de GLP desde el extranjero. Asimismo, si se considera que los precios del mercado interno no superaron nunca a las paridades de

¹³⁷ Las cifras correspondientes a 1997 abarcan solamente el período comprendido entre los meses de Enero y Octubre de dicho año.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



importación que surgen del cálculo precedente, se advierte que según el mismo los productores internos de GLP no corrieron nunca el peligro de enfrentar competencia por parte de las importaciones.

Cabe aclarar brevemente la afirmación precedente. La existencia de elevados costos de transporte de un producto determinado impone, en la práctica, barreras a la entrada al mercado en cuestión. En un caso extremo, podría pensarse en costos de transporte tan elevados que directamente impidieran el comercio de un bien determinado; en dicho caso, los productores domésticos del bien no enfrentarían ningún tipo de competencia por parte de las importaciones y, por lo tanto, su accionar no se vería limitado por la posibilidad de las mismas.

En el caso del mercado de GLP en la Argentina, YPF S.A. ha estimado que los costos de transporte del producto son considerables, razón por la cual la paridad de importación se ubicaría por lo menos un 30% por encima de la paridad de exportación. Esta diferencia entre ambas paridades implica, a su vez, que los productores locales podrían aumentar sus precios en al menos un 30% por sobre la paridad de exportación sin enfrentar competencia alguna por parte de las importaciones. Es decir que, en el rango de precios comprendido entre las paridades de exportación e importación, el mercado no sería desafiado por el ingreso al país de GLP extranjero. Teniendo en cuenta que el precio doméstico de GLP no superó en ningún momento las paridades de importación calculadas por YPF S.A.¹³⁸, se advierte que, según las mismas, el mercado doméstico de GLP nunca fue desafiado por el posible ingreso de importaciones.

Esto en cuanto a la paridad teórica de importación calculada por

¹³⁸ Presentación de YPF S.A., fs. 1114.

MEYOSP PROESGRALD N° 417

[Handwritten notes and signatures on the left margin]

[Handwritten mark on the right margin]



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



YPF S.A. Además de la posibilidad de importar GLP desde Arabia Saudita o Mont Belvieu, podría pensarse que el mismo sería susceptible de ser reimportado de los países limítrofes a los que la Argentina exporta. En efecto, debido a que el precio del GLP en el mercado interno es significativamente superior al precio al cual el mismo es exportado, podría en principio pensarse que a los compradores extranjeros del mismo les resultaría rentable reingresarlo al país para venderlo a un precio superior al que ellos lo adquieren. Tal posibilidad, sin embargo, se ve limitada por la conducta de YPF S.A., quien incluye en parte de sus contratos de exportación cláusulas que prohíben explícitamente la reimportación del mismo.¹³⁹ A través de las mismas, YPF S.A. está contribuyendo a mantener aislado al mercado interno de GLP, evitando que los productores domésticos enfrenten la competencia potencial que supondría el reingreso al país del producto exportado.

La afirmación de que el mercado doméstico de GLP no ha sido desafiado por importaciones en el período comprendido entre los años 1993 y 1997 se pone de manifiesto si se considera que durante dicho período prácticamente no existieron importaciones. Este hecho demuestra, por sí sólo, que las importaciones no han competido con la producción doméstica durante dicho período. Más aún, se debe mencionar que, si bien formó parte de una operación especial, la única importación de GLP que se realizó durante dicho período fue efectuada por YPF S.A. en 1997, a un costo de importación de U\$S 189 por tonelada. Ello quiere decir que, mientras dicha empresa calcula que el costo de importar GLP al país fue en 1997 de U\$S 344,9 por tonelada, ella misma fue capaz de hacerlo a un costo mucho menor que el mismo.

MEYOSP PROESGRALD Nº
417

¹³⁹ Si bien dichas cláusulas serán analizadas con mayor detenimiento en el capítulo siguiente, cabe mencionar que las mismas se encuentran en los contratos de fs. 569-580, fs. 582-587, fs. 589-595, fs. 597-400, fs. 602-605, fs. 607-612, fs. 613-636, fs. 643-650 y fs. 686-692.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



En definitiva, el verdadero costo de importar GLP al país no resulta sencillo de apreciar, puesto que debido a que existió una única operación de tal naturaleza entre los años 1993 y 1997, gran parte de las consideraciones deben efectuarse sobre la base de cálculos teóricos. En tal sentido, se han presentado los cálculos efectuados por YPF S.A, los cuales estiman una paridad de importación superior a la de exportación en más de un 30%. Si éste fuera el caso, el mercado doméstico no sería fácilmente desafiado por posibles importaciones, debido a que los productores que operan en el mismo podrían aumentar sus precios en más de un 30% por sobre la paridad de exportación sin que se produjera importación alguna de GLP. Más aún, se ha sostenido que si dichos cálculos reflejaran fidedignamente la paridad de importación vigente para el país durante dicho período, entonces el mercado doméstico no habría sido desafiado por parte de las importaciones, puesto que el precio interno del GLP no superó en ningún momento a dicha paridad.

Por otra parte, se ha sostenido que la inclusión de cláusulas de no-reimportación en los contratos de exportación de YPF S.A. ha evitado que los productores domésticos compitan con el reingreso al país del GLP exportado. En efecto, dichas cláusulas han contribuido a mantener el mercado doméstico artificialmente aislado de la competencia proveniente por parte de las importaciones.

Si bien existen dificultades a la hora de estimar el costo de importación de GLP al país, la prueba reunida apoya la idea de que las importaciones no han competido con los productores domésticos durante el período en cuestión y, consecuentemente, que el mercado de GLP a granel no ha sido desafiado por las mismas. Tomando en cuenta las consideraciones efectuadas en la parte inicial del presente apartado concluimos, por lo tanto, que el mercado de GLP a granel no constituye un mercado desafiado.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



5.3. Conclusión.

Sobre la base de los distintos elementos considerados en el presente capítulo, se concluye que YPF S.A. ocupa una posición de dominio en el mercado argentino de GLP a granel, tal como la misma es definida por el artículo 2º inciso a) de la Ley Nº 22.262, a saber: "una persona goza de una posición dominante en un mercado cuando para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional o, cuando sin ser la única, no está expuesta a una competencia sustancial". A modo de resumen, se exponen a continuación los argumentos que han sido desarrollados a lo largo del capítulo para apoyar la afirmación precedente.

En un primer lugar, se analizó el concepto jurídico de posición dominante. En tal sentido, se explicó que para que exista una posición de dominio no es necesario que no exista competencia, sino que la empresa dominante pueda actuar con relativa independencia de aquélla. A su vez, se detalló el procedimiento que emplea la Comisión Europea para analizar la creación o el mantenimiento de una posición dominante que pudiera surgir de una operación de concentración económica (fusión). Sobre la base de dicho procedimiento, se determinó que los distintos aspectos comúnmente analizados son: la participación de mercado de la empresa en cuestión, las ventajas que ésta podría tener frente a sus competidores, las características de los competidores, el poder de compra de los demandantes y la facilidad con las que nuevas empresas pueden ingresar al mercado.

En cuanto a la situación particular de YPF S.A. en el mercado de GLP a granel, se analizaron los siguientes aspectos de la misma:

a) YPF S.A. lidera la producción nacional de GLP tanto a través de la



[Handwritten mark]

[Handwritten notes: EC, S.P., Q, ME, MB]



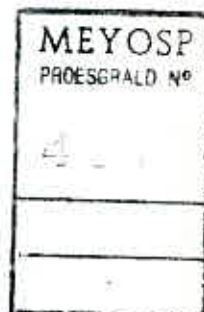
Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



refinación del petróleo como a través de su separación del gas natural, y tiene una participación de aproximadamente el 50% en la producción total del país.

- b) A su vez, YPF S.A. es la única empresa productora de GLP que posee una presencia geográfica importante en la mayor parte del país, y es la principal empresa exportadora de GLP.
- c) YPF S.A. controla aproximadamente el 62% de la oferta de gas natural en boca de pozo, el 64,2% de la capacidad de transporte de GLP por ductos que existe en el país, el 78,2% de la capacidad de almacenamiento de GLP existente y dos de los tres puertos nacionales aptos para la exportación e importación de GLP.
- d) Los competidores de YPF S.A. no sólo tienen participaciones de mercado significativamente menores a la de esta empresa, sino que a su vez manifiestan que no les conviene incrementarlas y que no poseen planes definidos para captar nuevos clientes.
- e) A su vez, mientras que gran parte de los competidores de YPF S.A. fijan sus precios sobre la base de los precios de esta última, YPF S.A. modifica los suyos unilateralmente y los comunica a sus clientes.
- f) Se demostró que el mercado de GLP a granel no es desafiante, en el sentido de que existen ciertas dificultades que limitan tanto el ingreso rápido de nuevas empresas al mercado, como las operaciones de importación de GLP que generen competencia a las empresas ya instaladas en el mismo.
- g) Con respecto a las importaciones de GLP provenientes de Estados Unidos o Arabia Saudita se explicó que, según estimaciones teóricas, su costo (por razones de transporte, entre otras) permite que los productores domésticos puedan incrementar sus precios en al menos un 30% sin temer competencia alguna por parte de las mismas.
- h) En cuanto a la posible competencia que podría representar la reimportación a la Argentina del GLP exportado por el país, se ha señalado que la misma



[Handwritten mark]



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DE LA TORRE
DIRECCIÓN DESPACHO



se encuentra restringida por YPF S.A., empresa que incluye en sus contratos de exportación cláusulas que impiden el reingreso del producto al país.

De acuerdo a los elementos mencionados, se concluye que YPF S.A. es un productor importante de GLP a granel que no enfrenta competencia sustancial en dicho mercado y que, por lo tanto, ocupa una posición de dominio en el mismo.

5.4. La defensa de YPF S.A. respecto de su posición dominante

Se considerarán seguidamente las defensas esgrimidas por la imputada en lo atinente a la posición dominante que detenta en el mercado de GLP a granel, circunstancia que YPF S.A. niega.

En su contestación al traslado del artículo 20 de la Ley N° 22.262, YPF S.A. niega poseer una posición dominante en el mercado investigado, fundamentándolo en cuatro puntos. **Primero**, en que su participación en el mercado doméstico de combustible habría caído año tras año (14 puntos porcentuales en menos de cuatro años), hasta llegar a un 36% en los primeros 7 meses de 1997. **Segundo**, afirma que el GLP es un bien transable internacionalmente y que la competencia externa pone un techo a lo que se puede cobrar internamente. **Tercero**, afirma que no existen barreras a la entrada en la industria, mencionando varios proyectos de inversión que aumentarían la producción de GLP. Hace hincapié, también, en que sus competidores (EG3, TGS, REFINOR, PLUSPETROL Y SHELL) habrían aumentado su producción y en la reciente entrada al mercado de GLP de firmas fuertes técnica y financieramente, tales como REPSOL Y TOTAL. **Cuarto**, argumenta que la integración vertical es una práctica legítima y que otras empresas tales como SHELL, REPSOL Y TOTAL también se están

MEYOSP PROESGALD N° 417



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



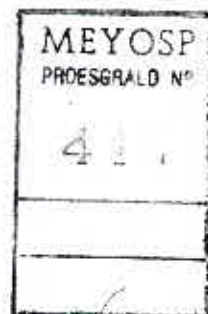
integrando verticalmente.

Estos argumentos esgrimidos por YPF S.A. para negar su posición dominante en el mercado de GLP a granel no resultan procedentes y atendibles, por las consideraciones que se efectúan seguidamente.

1) En primer lugar, la afirmación de YPF S.A. en el sentido de que su participación en las ventas al mercado doméstico de combustible ha venido cayendo en forma importante, no tiene entidad suficiente como para cuestionar la existencia de la posición dominante de dicha empresa. En efecto, de acuerdo a la definición que la CNDC hiciera oportunamente del mercado relevante, la participación que debe tenerse en cuenta a los fines del análisis es la participación sobre el total de ventas de GLP a granel, que incluye tanto las ventas al mercado de combustibles (fraccionadores, redes y granel a usuarios finales) como las dirigidas al sector petroquímico y las destinadas al exterior.

Dado que las variaciones de existencias en este sector son poco significativas, tal como surge de los Balances Energéticos confeccionados por la Secretaría de Energía, y que las importaciones han sido prácticamente inexistentes en el período analizado, las ventas totales de GLP a granel poseen una identidad contable con la producción total de GLP. Es por ello que, en el marco de la presente investigación, la participación en la producción total de GLP es el indicador que conceptualmente equivale al que la legislación y la literatura de defensa de la competencia reconocen como "participación del mercado".

Esta afirmación se fundamenta asimismo por el hecho que, tal como se explicará al analizar la conducta anticompetitiva de YPF S.A., la participación de la empresa en el mercado de GLP como combustible se





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES CORIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPAGHO



encuentra afectada por la misma conducta imputada, por lo que se convierte en un indicador sesgado, y por lo tanto no representativo de la posición de la empresa en el mercado relevante. En efecto, si la participación de YPF S.A. en las ventas al mercado de combustible ha disminuido, es porque dicha empresa ha ido destinando en el período analizado mayores cantidades de GLP al mercado externo, modificando de este modo la composición de sus ventas totales, pero sin alterar significativamente su participación en las mismas. Este redireccionamiento de sus ventas constituyó una política de la YPF S.A. tendiente a maximizar sus beneficios, tal como se explicará en el apartado dedicado al análisis de la conducta.

De acuerdo a las razones expuestas, entonces, el indicador apropiado es la participación de YPF S.A. en la producción total de GLP, la cual durante el período 1993-97 alcanzó en promedio al 55%, cifra que dista del 36% señalado por la empresa en sus argumentos.

2) Con respecto a la afirmación hecha por YPF S.A. que la competencia internacional pone un techo a lo que se puede cobrar internamente, cabe remitirse a lo expresado anteriormente en el punto referido a la desafiabilidad del mercado sobre la posibilidad de importación de GLP a granel. Puede agregarse que, tal como lo expresara uno de los expertos consultados por la CNDC, el mercado argentino de GLP a granel se encuentra desregulado pero no internacionalizado (Daniel Montamat, ex Presidente de YPF, fs. 795). Ello significa que las variaciones hacia arriba o hacia abajo en la cotización internacional del GLP (por ejemplo el precio de Mont Belvieu) no se reflejan en variaciones de igual sentido en el precio doméstico del GLP a granel.

El siguiente gráfico ilustra lo expresado, pudiéndose observar claramente que el precio cobrado internamente por YPF S.A. (se trata de precios efectivos y proporcionados por la misma imputada) se mueve en forma



cc
D.P.
MSB MSB



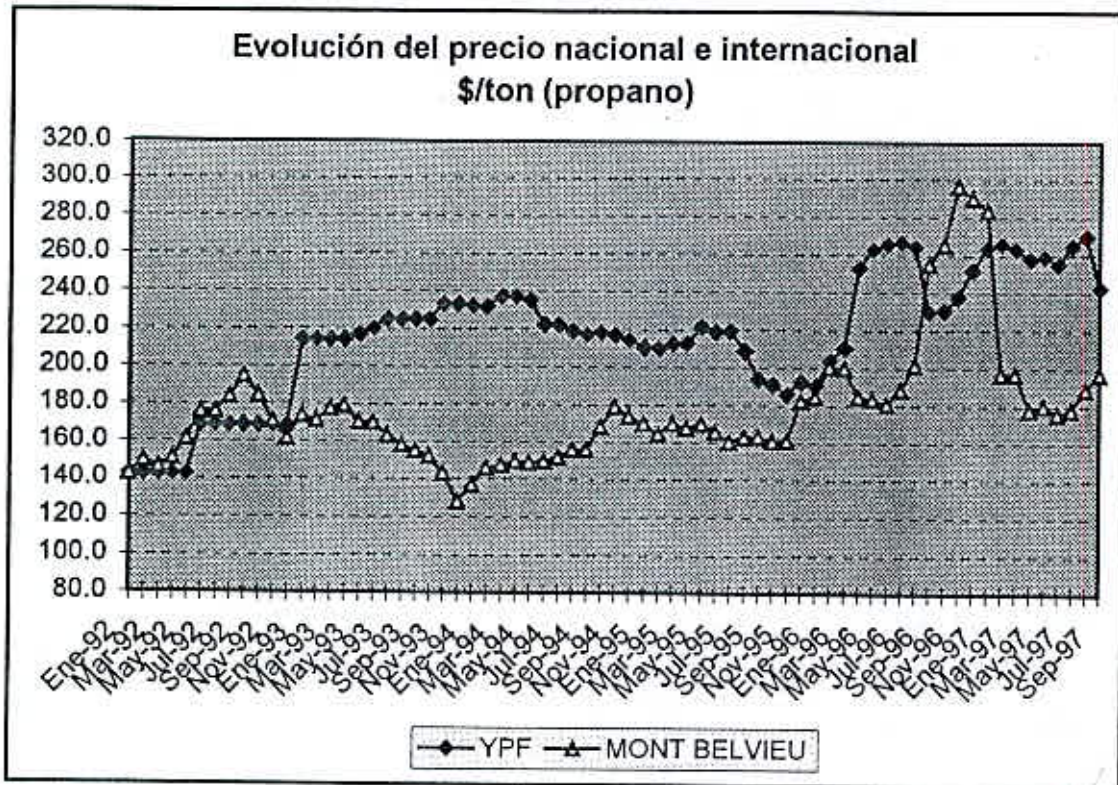
Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



totalmente independiente del precio de referencia de Mont Belvieu.

Grafico N° 3



MEYOSP
PRODESGRADO N°

al
D.P.
MG



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
[Handwritten signature]

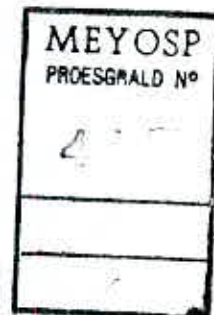
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



Es claro que los precios domésticos del GLP no siguen al precio de referencia internacional de Mont Belvieu. En su declaración testimonial, el Sr. Daniel Montamat, ex Presidente de YPF, sostuvo que la falta de internacionalización del mercado doméstico de GLP se debe a que "existen barreras logísticas que dificultan el negocio de oportunidad del mercado externo" y que "la ex - petrolera estatal controla casi las tres cuartas partes del almacenaje total del país y maneja la estrategia logística portuaria" (fs. 795). Asimismo sostuvo que el precio del GLP en la Argentina en el periodo 1993-97 estuvo "más cerca de la paridad de importación y en algunos momentos la ha superado, según fuentes propias del estudio Montamat & Asociados" (fs. 1313).

Pero incluso haciendo abstracción de la cuestión logística mencionada en el párrafo anterior, todavía subsiste el hecho de que el GLP a granel es un producto para el cual los costos de traerlo a la Argentina desde una fuente de abastecimiento extranjera (Mont Belvieu o Arabia Saudita) son relativamente altos. Esta circunstancia es reconocida por la misma YPF al efectuar sus propios cálculos sobre la "paridad o costo de importación" (fs. 1131 y 1132), y confiere al productor dominante local (YPF S.A.) un margen apreciable de libertad para elevar los precios por sobre el nivel competitivo, pero por debajo de la paridad de importación, ya que la importación de GLP extranjero sólo será conveniente cuando el precio doméstico de dicho producto supere a la paridad de importación.

La falta de internacionalización del mercado doméstico de GLP se ve corroborado por el hecho de que en todo el período 1994-1997, y a pesar de haber bajado el precio del producto en Mont Belvieu hasta cerca de 120 U\$S la tonelada, la única operación de importación efectuada en el país fue realizada por YPF S.A. en el año 1997.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES GOBIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



3) En tercer lugar, de las pruebas recolectadas con relación a la entrada en la industria en el período investigado (1993-1997), surge que no se verificó a lo largo de dicho período una entrada significativa de nuevos productores de GLP, mientras que los existentes no expandieron su producción en un volumen tal como para afectar sustancialmente la posición de mercado de YPF S.A., cuya participación de mercado nunca bajó del 50% de la producción total.

En cuanto a la existencia de nuevos proyectos de inversión argumentada por YPF S.A., tal como fue mencionado en el apartado 2.2.2. (Infraestructura necesaria para la producción y comercialización de GLP a granel), los mismos demuestran que es ésta empresa la que está llevando a cabo el proyecto de mayor envergadura.

4) Finalmente, en cuanto al argumento de la integración vertical de YPF S.A., tanto hacia atrás (en la etapa de producción de petróleo crudo y gas), como hacia adelante (a través de su controlada YPF GAS S.A. en el segmento fraccionador), si bien no constituye una práctica ilegítima, sí es una circunstancia que contribuye positivamente a la configuración de su posición dominante en el mercado de producción y comercialización mayorista de GLP.¹⁴⁰ En ese sentido se pronuncian las decisiones de la Comisión Europea

¹⁴⁰ La integración vertical de dos empresas previamente independientes crea incentivos para que la división "aguas arriba" de la nueva unidad económica verticalmente integrada (en este caso YPF S.A.) aumente los precios del insumo (en este caso GLP) a sus rivales (en este caso fraccionadores) de la división "aguas abajo" (en este caso YPF GAS S.A.) con el objetivo de aumentar los costos de éstos y de esa forma mejorar su posición en el mercado "aguas abajo" (ya sea a través de una política de exclusión de sus competidores "aguas abajo" o de una coordinación de precios con éstos). Si la estructura del mercado "aguas arriba" presenta un grado bajo de competencia, con empresas que respetan sus participaciones de mercado sin intentar avanzar sobre las participaciones de las demás, entonces este mercado se vuelve menos competitivo aun, en razón de que el incentivo de la empresa verticalmente integrada a aumentar el precio del insumo relaja aun más el grado de competencia en este mercado. Respecto de los efectos anticompetitivos de las integraciones verticales puede consultarse Riordan, M. & Salop, S. "Evaluating Vertical Mergers: A Post Chicago Approach". Antitrust Law Journal, 1995, Vol. 63, p. 513-68.





Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minorías
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO



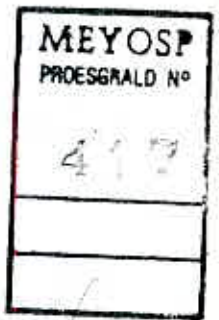
como por ejemplo los casos *United Brands* y *Continental Can*, las cuales expresan que la integración vertical es un elemento importante en la conformación de una posición dominante. Respecto del mercado investigado, el representante de la empresa REFINOR S.A. afirmó que "poseer reservas propias de gas natural otorga una ventaja estratégica, porque da un grado de libertad de acción que no es posible de no poseerlas", y que "igualmente la integración vertical hacia la etapa de fraccionamiento, otorga similar ventaja" (fs. 742F).

Por otra parte, el argumento de que otras empresas también están verticalmente integradas no cambia la conclusión anterior, pues ni REPSOL, ni TOTAL ni SHELL cuentan con la participación en reservas de gas y petróleo con que cuenta YPF S.A., ni con la participación de mercado ni con la logística (puertos, ductos, almacenajes) con que cuenta YPF S.A. en el mercado de GLP a granel. Asimismo, la integración hacia adelante de REPSOL y SHELL es de reciente data y debe tenerse presente que TOTAL no es actualmente productora de GLP ni lo fue durante el período investigado.

6. EVALUACION Y ENCUADRE ECONOMICO Y JURIDICO DE LA CONDUCTA ANALIZADA.

En el presente capítulo se efectúa la evaluación y encuadre económico y jurídico de la conducta analizada. En el punto primero se presenta el marco teórico de la conducta analizada, esto es, la lógica económica que subyace detrás de la conducta imputada a YPF S.A. Luego, en el segundo punto, se expone la conducta de YPF S.A. que constituye el núcleo del esquema de abuso de su posición dominante: el mantenimiento de precios superiores a los de un mercado competitivo (precios internacionales); posteriormente, en el punto 3, se expone la práctica que se deriva necesariamente de la primera conducta: la discriminación de precios entre sus clientes locales y sus clientes extranjeros. Las conductas descritas en los apartados 2 y 3 conforman lo que constituye un esquema de abuso de posición

EC
S.P.
116 116



Handwritten signature



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minería
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



dominante. En el punto 4 se analizan las cláusulas de no-reimportación a la Argentina que YPF S.A. establece en sus contratos de exportación de GLP: estas cláusulas corroboran y hacen explícito el esquema abusivo aludido anteriormente. Finalmente, en el último punto se explicará el modo en que la conducta de YPF S.A. ha generado un daño al interés económico general.

Corresponde dejar sentado que la conducta anticompetitiva de YPF S.A. se produjo en el segmento de venta mayorista de GLP destinada a satisfacer la demanda energética, razón por la cual éste será el segmento analizado en el presente capítulo.¹⁴¹

6.1. Previsiones de la teoría económica¹⁴²

En el capítulo anterior se explicó que, desde el punto de vista jurídico y económico, una empresa goza de posición dominante si puede comportarse en forma relativamente independiente de sus competidores. Ahora bien, cabe preguntarse las implicancias que la existencia de una posición de dominio conlleva en lo referido al funcionamiento de los mercados. A tal efecto, el presente apartado estará dedicado a analizar las previsiones que en este sentido hace la teoría económica. Debe tenerse en cuenta que no se pretende realizar un análisis exhaustivo de los modelos teóricos de posición dominante, sino explicar de una manera sencilla e intuitiva las principales conclusiones de

¹⁴¹ Analizado el segmento petroquímico, se ha encontrado que, en primer lugar, el producto requerido por este último segmento difiere de aquél que se destina a la demanda energética, tanto local como extranjera. Por otra parte, debido a las características específicas del segmento petroquímico, los precios de venta de GLP al mismo se asemejan considerablemente a los de exportación. Esto se debe a que la demanda de GLP para usos petroquímicos es muy sensible a los precios de los insumos, razón por la cual dicha industria sólo puede, en condiciones normales (sin subsidios), pagar precios muchos más bajos que los que enfrenta la demanda energética doméstica del producto. Para un comentario sobre este tema, ver NOVARRA, Juan, Precios internos y de exportación de gas natural y gas licuado de petróleo: ¿Diferenciación o discriminación de precios en el mercado interno? en revista "Estudios", Año XX, N° 83, Octubre/Diciembre 1997.

¹⁴² Sobre las condiciones y características del equilibrio competitivo consultar, entre otros, a los autores Friedman, Samuelson y Arrow, todos ellos Premio Nobel de Economía.





Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Industria, Comercio y Minoría
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO



los mismos.¹⁴³ A fin de facilitar la comprensión de los conceptos pertinentes, se comenzará describiendo las principales características de una situación competitiva, para luego explicar en qué sentido se aparta de la misma el caso en que existe una empresa que ocupa una posición de dominio en un mercado determinado.

En economía, el concepto de mercado es una abstracción que representa la interacción existente entre los oferentes y los demandantes de un bien determinado. Los demandantes son todos aquellos que poseen una disposición a pagar por el bien; esto refleja el valor que la sociedad asigna al consumo de cada unidad adicional del mismo. En general, la teoría económica y la evidencia empírica demuestran que la disposición de los consumidores a pagar por un bien determinado disminuirá a medida que aumente la cantidad de unidades consumidas del mismo. A modo de ejemplo, supongamos un individuo que se encuentra en el desierto; tal individuo seguramente asigne un gran valor a un litro de agua. Sin embargo, una vez consumido éste y saciada en parte su sed, el segundo litro de agua que consuma probablemente le producirá una satisfacción menor. Asimismo, a medida que el individuo consuma tres, cuatro o cinco litros de agua, cada litro consumido le producirá menor satisfacción que el anterior.

En cuanto a los oferentes del bien, éstos son aquellos que venden el mismo a los demandantes. Cabe destacar que las cantidades del bien que éstos ofrezcan en el mercado guardará relación con el precio y los costos de provisión del mismo; estos últimos reflejan el valor que la sociedad asigna a los insumos utilizados. Generalmente, mientras mayor sea el precio del bien, mayor será la cantidad del mismo que los oferentes querrán vender.

¹⁴³ El lector que desee profundizar sobre los aspectos teóricos desarrollados en el presente apartado puede consultar PINDICK, Robert y RUBINFELD, Daniel, Microeconomics, 4ta. ed., Prentice Hall, New Jersey, 1998 y SCHERER y ROSS, Industrial Market Structure and Economic Performance, Houghton Company, 1990.

