

EDITORIAL

# El Estado no debe definir precios y márgenes de comercialización



Por  
Mario Jovanovich  
Presidente de CADIGAS

Iniciamos el año 2016 con las nuevas autoridades designadas en el Ministerio de Energía y Minería quienes tienen la responsabilidad, entre otras, de analizar el comportamiento de la actividad del gas licuado envasado en el país, y el esquema de subsidios existente al momento de asumir los cargos asignados en la Secretaría y Subsecretaría, para luego definir su continuidad o ejercer cambios en el esquema de comercialización.

Hemos tenido la oportunidad de dar a conocer a las nuevas autoridades nuestra mirada sobre el Programa Hogar en general, y en particular su injerencia en la distri-

bución de garrafas.

En CADIGAS opinamos que el Programa Hogar está agotado, así como está hoy no puede continuar, si no hay a corto plazo un cambio de enfoque, entonces deberán actualizarse los valores referenciados ajustándose al impacto de los mayores costos.

No es posible continuar con un sistema donde el Estado interviene definiendo el comportamiento de precios y márgenes en todas las etapas de comercialización, y por otro lado no reconoce los incrementos de costos sucedidos desde el mes de abril del año pasado cuando entró en vigencia el Programa Hogar, afectando a las PYMES del sector y mucho más a las que se encuentran en localidades alejadas de los centros de aprovisionamiento.

Apoyamos la decisión del subsidio a la demanda, transfiriendo el beneficio en forma directa a quienes no cuentan con una alternativa energética y que por su condición de vulnerabilidad económica no pueden afrontar el precio pleno de la garrafa.

Por otra parte, con la misma preocupación y nivel de importancia dimos a conocer nuestro punto de vista con respecto a la clandestinidad

en la distribución de garrafas, con la participación de personas que ejercen el rol de distribuir gas licuado envasado incumpliendo las normas de seguridad requeridas en vehículos y depósitos de almacenaje.

Anhelamos que las nuevas autoridades exijan el cumplimiento de las normas de seguridad con la rigurosidad que el tema amerita, a todos los actores de la cadena comercial, los registrados y los no registrados.

Para estos últimos

habitualmente escuchamos la frase “no hay recursos humanos suficientes para ejercer apropiadamente el control de los cientos de distribuidores marginales”, para lo cual siempre respondemos:

Actúen sobre los proveedores de los cientos de marginales, son muchos menos, están registrados y son responsables de la seguridad del producto que comercializan, y si se valen de distribuidores marginales lo hacen a sabiendas que incumplen con las normativas. 



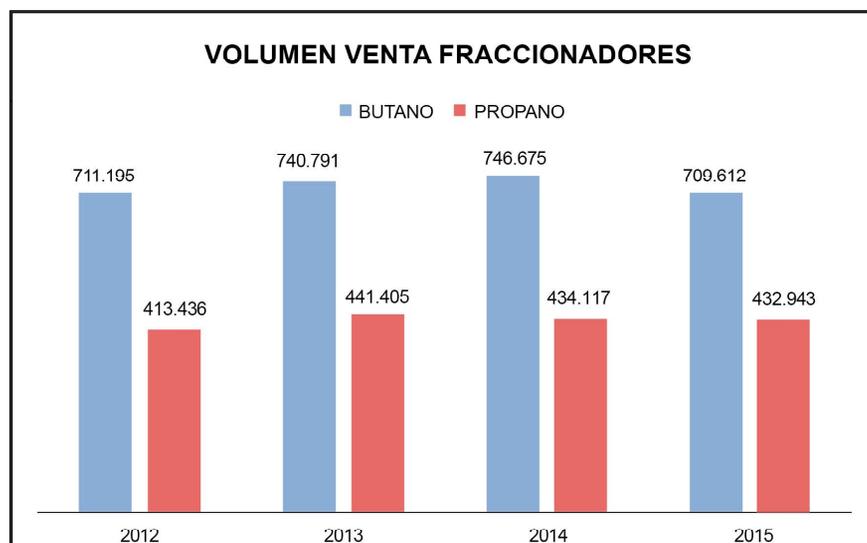
## Comercialización del gas licuado de petróleo

El propano se comercializa en Argentina en un esquema de libre mercado, no siendo igual para la comercialización de butano envasado en garrafas de 10 Kg y 15Kg, donde el Gobierno Nacional interviene desde el año 2008 con la aplicación del denominado "Programa Garrafa para Todos", subsidiando el costo de este combustible por inter-

consecuentemente el usuario paga el diferencial (\$20) de su bolsillo.

Los 2.000.000 de hogares restantes que consumen este combustible ahora pagan \$97 por una garrafa de 10 Kg, cuando antes abonaban \$16. Este nuevo esquema hizo replegar la demanda.

Para conocer el impacto del Programa Hogar en el comportamiento



CUADRO 1

medio de la cadena de comercialización.

A partir de Abril de 2015 rige el "Programa Hogar" que vino a reemplazar el "Programa Garrafa para Todos"

El cambio sustancial entre los dos programas es que se suple el subsidio direccionado a la oferta, por un subsidio a la demanda otorgado a 2.500.000 hogares, es decir el 55% de las familias que consumen butano envasado son alcanzadas por este beneficio, consistente en el recono-

de la demanda se analizó la venta de fraccionadores durante los años 2012 al 2015.

Asimismo se revisa el comportamiento del Propano durante el mismo período (cuadro 1).

Realizando un análisis más profundo fue considerado el primer trimestre separado del año, y tomando el período abril-diciembre - desde la puesta en marcha del Programa Hogar - para observar su evolución con el anterior Programa Garrafa para Todos.

PERIODO	2014	2015	VARIACION
ENE-MAR	146.645Tn	153.889 Tn	5%
ABR-DIC	600.030 Tn	555.723 Tn	-7%
ANUAL	746.675 Tn	709.612 Tn	-5%

CUADRO 2

cimiento de un consumo de 16 garrafas de 10 Kg por año por familia a razón de \$77 cada una, en tanto que el precio al público se definió en \$97,

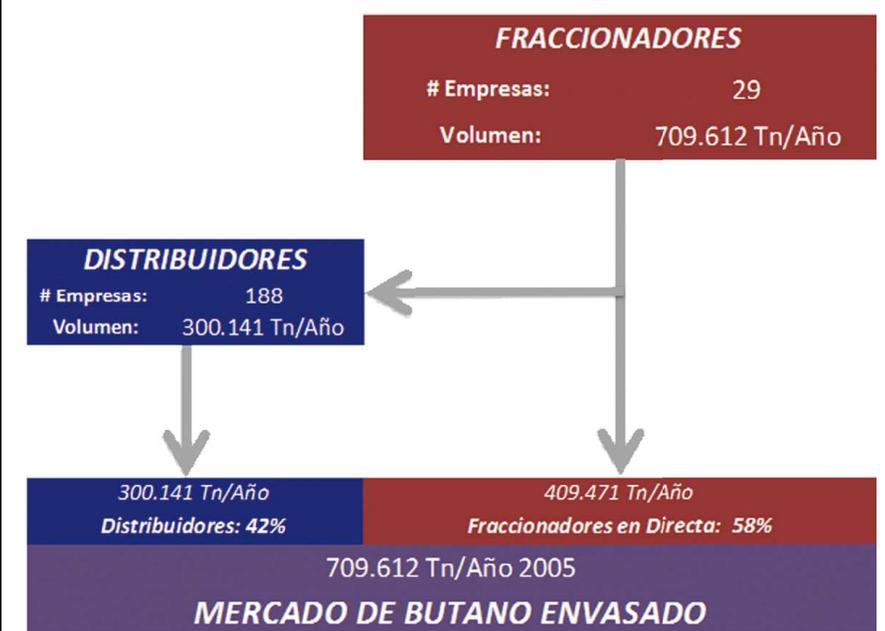
Según puede apreciarse en el cuadro 2, la caída de demanda fue del 7% desde la aplicación del Programa Hogar. 

## Actores del mercado de butano

La distribución juega un rol esencial en la cadena de valor del mercado de gas envasado, es el eslabón que permite llegar a todas las localidades del país para suministrar a los usuarios que consumen gas licuado.

La distribución juega un rol esencial en la cadena de valor del mercado de gas envasado, es el eslabón que permite llegar a todas las localidades del país para suministrar a los usuarios que consumen gas licuado.

El 42% del mercado de gas butano es asistido por PYMES Distribuidoras, en tanto que el 58% restante se abastece por intermedio de las Empresas



Fraccionadoras	Butano año 2015		Distribuidores	
	Empresas		Venta de butano	
YPF Total Shell	123	65%	261.743 Tn	87%
Otras	65	35%	38.398 Tn	13%
Total general	188	100%	300.141 Tn	100%

Actualmente existen 188 empresas PYMES registradas en el Registro Nacional de la Industria del Gas Licuado de Petróleo, habilitadas para almacenar y distribuir gas butano y propano envasado.

Las Distribuidoras son proveedoras del gas envasado por empresas fraccionadoras, que comercializan los productos con sus marcas por interme-

Fraccionadoras con recursos propios para realizar la distribución.

Las fraccionadoras YPF, TOTAL y SHELL comercializan por intermedio de empresas distribuidoras, concentrando el 65% de las 188 Distribuidoras registradas, que en conjunto venden el 87% de la totalidad de butano comercializado por Distribuidoras. 