

Consumers International DG Sanco Competition Project

Instructions for Pilot Phase

27th April 2006

Dear partners,

In order to design our price survey in a way that reflects how the product market in each country works, we need to find out much more about the markets in your country for printer ink cartridges, paracetamol and petrol. We intend to use the pilot phase for two main purposes:

1. To gather information about how the market for each of the products is structured, in terms of which brands are most popular, and what outlets people buy from.
2. To test out how we can store price information in a standard Excel format and transmit those prices to CI for analysis.

Your main task for the pilot phase is to complete the following questionnaire. For all three products, we ask you to gather market share information. We are sure you will already have many ideas on where to search, but here are some additional ideas for sources:

- Statistical yearbooks published by the national statistical offices
- Any reports or decision published by the national competition authority or any other relevant regulatory authority in the investigated market (sometimes even a report from another country, like the UK OFT reports, may be helpful to get an idea of what the market looks like and what to expect)
- Any decisions published by DG COMP/European Courts (CFI and ECJ) in the investigated markets
- Any report by the trade body in the investigated markets
- OECD reports (as available from the internet or libraries)
- Any academic article (one way to proceed is to look at scholar.google.com - not everything will be available for download, but you can often find one version that is; the other way is to contact a university and ask who's the specialist in the area you are investigating - there is always someone somewhere)
- Google search (by far the most economical way to proceed)
- Publicly available summaries of the paid reports by market research companies (or ideally the reports themselves, if you have money to spare ;-)
- Companies' websites (annual reports often provide an interesting read)

Partners can use the listserve as a way of discussing where this information can be found, suggesting additional useful sources as you come across them, asking for ideas and help etc.

For all questions, please gather information for the **last full year's sales wherever possible**, and tell us how up to date your data is.

Availability of market share information will vary greatly from country to country. If you find it difficult to obtain the specific information requested on this questionnaire, do not despair – this is in itself a useful finding! Please record your difficulties on the questionnaire, and provide us with as much information as you can in your own words, to describe your knowledge of how each market works.

Spreadsheet

In addition to completing the questionnaire, we would like you to carry out a small-scale price collection exercise and store your data in an Excel spreadsheet. This will enable us to check for problems and consistency in using a spreadsheet to store and share our price data.

Please collect 5 prices for the top selling printer cartridges of each of the three brands you name in Q9 of our questionnaire (ie three types of cartridge in total, 15 prices in total). Please use the spreadsheet format attached with these instructions. There are three sheets within the spreadsheet, one for each brand of cartridge.

Ensure these prices are in euros, inclusive of any taxes, but not subject to special offers or postage costs. It doesn't matter what sorts of shop you collect prices from, but please try to use the types described below (Q12) and tell us on the spreadsheet what type of shop you used.

As you collect the prices and complete the spreadsheet please make a note of any questions or problems you have with collecting and submitting the price information so we can ensure we address these before starting the large-scale price collection exercise.

Please return completed questionnaires and spreadsheets to Azzizza at CI by the **31st May**. We will then discuss the results at our workshop in July. Please contact Azzizza if you have any questions.

QUESTIONNAIRE

Printer ink cartridges

In this section we use the term **original** to refer to cartridges sold by printer manufacturers; and **generic** to refer to cartridges that are not made by the printer manufacturer.

The cartridges themselves

In order to find out more about concentration in the cartridge market, and to find a common model across all countries, we'd like you to find out about top-selling original cartridges for a home inkjet printer. We'd like you to collect this information for HP, Canon and Epson, plus any other leading brands. At this stage we are not specifying black or colour cartridge – we want to know what sells most in your country. In addition to finding out what the top-sellers are, we'd like you to find out how your printer cartridge market is structured by gathering market share information.

1. What volume of cartridges is sold in your country each year?

Respecto a esta pregunta, en términos globales, no se tienen datos. Estamos a la espera de contestación.

2. Are there any particular trends or regional patterns that you observed in terms of the type of products and volumes sold or places and ways in which they are sold? Is there much cross-border trade?

Sí hay comercio transfronterizo. Tras obtener el código TARIC (Arancel Integrado Comunitario) para el producto (Cartuchos de tinta de Impresora) y consultar el mismo en la Base de datos de Comercio exterior, obtenemos la siguiente información: Las Exportaciones para España durante el año 2006, suponen un total de 725,5 (Miles de kg), con un total de 19.161,1(Miles de Euros), lo que supone 820 operaciones realizadas. En cuanto a las tasas de crecimiento de las Exportaciones de todo el año 2006 respecto al mismo periodo del año anterior, observamos los siguientes datos:

<i>TASA/PESO</i>	<i>TASA/VALOR</i>	<i>TASA.NUM.OPERACIONES</i>
<i>15,82%</i>	<i>9,69%</i>	<i>-0,61%</i>

El mayor número de operaciones de Exportación , son realizadas con países como Andorra, Francia, Gibraltar, Italia, Portugal, Reino Unido, por la proximidad con los mismos a través de Transporte por carretera y short sea shipping.

En cuanto a las Importaciones durante el año 2006, los datos son los siguientes:

<i>PESO(Miles de Kg)</i>	<i>VALOR (Miles de Euros)</i>	<i>Num. OPERACIONES</i>
<i>617,3</i>	<i>37.386,8</i>	<i>475</i>

En cuanto a las tasas de crecimiento de las Importaciones de todo el año 2006 respecto al mismo periodo del año anterior, observamos los siguientes datos:

<i>TASA/PESO</i>	<i>TASA/VALOR</i>	<i>TASA/ OPERACIONES</i>
<i>93,86%</i>	<i>23,01%</i>	<i>1,50%</i>

Observamos que los principales países de los cuales importamos este producto son: Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Japón, Francia, China e Italia.

3. Would you say that the market is evolving or that is it static?

En términos de volúmenes hay un crecimiento moderado. En términos monetarios está estático.

4. Did you observe any segmentation of the market (e.g. differentiation between “upmarket” products and others)?

Hay una clara segmentación entre originales y genéricos.

5. What are the top selling cartridges by type and by brand? If possible, please give the sales volumes corresponding to the “top-selling” types and brands.

NB You may find a ranking of top-selling brands and types with no information about sales volumes. In this case, provide just the ranking, although additional information about volumes and/or revenues would be useful for future analysis.

Los cartuchos más vendidos una vez consultadas los principales fabricantes del mercado, corresponde a los cartuchos de inyección de tinta negra, correspondientes a las marcas HP, CANON y EPSON.

Para HP: los modelos más vendidos serían: (¡ojo, falta este dato de rellenar!)

*Para Epson: Ref: TO61140, TO44140, TO36140,
fuente: Epson Iberica S.A.U., Jose Pereira, Product Manager/Marketing.*

Para Canon: El cartucho de tinta más vendido por CANON es el de Referencia: BCI-3EB (Depósito de tinta negra), con un volumen de ventas de más de 605.000 unidades; siendo el cartucho con referencia BCI-24B (Depósito de tinta negra) el segundo más vendido con más de 500.000 unidades.

Fte: Consumables & Services Product Manager, Service& Support Group de CANON ESPAÑA, S.A.

6. Are HP, Canon and Epson the top three best-selling brands?

SI

7. If yes, please rank the three according to their sales (please specify if you can what percentage of total cartridge sales they represent). NB: This should be easy to do if you have fully answered the previous question.

8. If brands other than HP, Canon and Epson are amongst the top three in your country, please tell us what these other brands are (specify if you can what percentage of total cartridge sales they represent).

Lexmark. y Jet tec Spain (cartuchos compatibles no son productos de la marca original pero son adecuados para la impresora - a un precio considerablemente más bajo que los originales. Es el fabricante número uno en Europa de cartuchos compatibles para impresoras de inyección de tinta.

9. Now focus on the three top selling brands only. What are their three top selling models? Please state the name and/or model number of the cartridges.

*1ª marca más vendida 1. HP N° 15 y 23 (Black), para Deskjet 810
2. HP N° 23 y 41 (Colour), para Deskjet 820&850
3. HP
2ª marca más vendida 1. EPSON TO36140
2. EPSON TO61140
3. EPSON TO44140
3ª marca más vendida 1. CANON BCI-3EB
2. CANON BCI-24B
3. CANON*

NB if any of these cartridges include a printer head, please tell us.

If HP, Canon and Epson are not represented on the list of brands in question Q10, please state the three best selling models for these brands too.

10. Please list the percentage market share of the whole printer ink cartridges market belonging to HP, Canon and Epson along with that of the other brand and non-brand (generic) suppliers. *If possible, please express market shares in terms of the total volume of cartridges sold, i.e. individual market shares will be calculated as a percentage of the total volume of cartridges (branded and generic) sold.*

% Market share of whole market (branded and generic)

HP
 Canon
 Epson
 Other brands (please list)

Generic

11. If possible, please state what percentage of the total volume of cartridges sold in your country is branded and what percentage is generic.

NB: If information about cartridge sales in your country is only available separately for branded and generic cartridges, please consider branded and generic cartridges to be separate markets and provide market shares for branded and generic products separately.

12. Thinking now about **where the cartridges are sold**, please tell us the three types of shops/outlets which sell the most printer cartridges, using the following definitions for type if possible:

Types:

- Specialist computer/electrical **chain**
- **Independent** specialist computer/electrical store
- Hypermarket
- Supermarket
- Online specialist store
- Other (please describe)

Top three outlets for **branded** cartridges

Name of outlet	Type	% share of overall original cartridge sales
<i>1.El Corte Inglés</i>	<i>Hipermercado</i>	
<i>2.Carrefour</i>	<i>Hipermercado</i>	
<i>3 Ofiline</i>	<i>Almacén online especialista</i>	

Top three outlets for **generic** cartridges

Name of outlet	Type	% share of overall generic sales
----------------	------	----------------------------------

1. Boulanger, Pc City Cadenas especialistas informáticas
2. Bruneau Almacén on line especialista
- 3.

13. What were you most useful sources of information for this market?

En primer lugar, acudimos a la Oficina Nacional de Estadística, que para el caso de España, se trata del INE (Instituto Nacional de Estadística), el cual no dispone de datos para el producto concreto. Posteriormente acudimos a compañías de Investigación de mercados tales como Pricewater House, info Trend/Cap Ventures, de las cuales estamos a la espera de recibir información, no así de GFK, la cual nos contesta que sí dispone de dicha información, pero que debemos hacer una propuesta, ya que no pueden facilitarnos ninguna información sin coste.

Donde se muestran más receptivos es en AETIC (Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnología de la Información y Telecomunicaciones de España), la cual nos envía información por correo: "INFORME ANUAL DEL SECTOR ESPAÑOL ELECTRÓNICA, TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y TELECOMUNICACIONES", el cual todavía no nos ha llegado y nos adelanta la siguiente información:

Respecto al segmento de consumibles los datos que aparecen en la Memoria son los siguientes:

Año 2004: Mercado interno = 441 millones € (Incremento del 6% respecto al ejercicio anterior)

Año 2005: Mercado interno = 477 millones € (Incremento del 8% respecto del ejercicio anterior)

De la Agencia Estatal de Administración Tributaria, así como de la Base de Datos de Comercio Exterior, obtenemos los datos relativos al comercio transfronterizo. Se adjuntan tablas.

Finalmente, acudimos a los fabricantes originales, tales como Hp, Canon y Epson, Lexmark, Jet tec, tanto por contacto telefónico, como vía e-mail, observando que se trata de un mercado y una información totalmente hermética, a los cuales los estudios de mercado se lo realizan consultoras como GFK, para el caso de HP CANON y EPSON. Tras varias conversaciones y tras pasar algunos filtros nos facilitan desde sus departamentos de Consumables & Services Product Manager, algunos datos sobre modelos y volúmenes, estando a la espera de recibir la información más ampliada.

Paracetamol

1. What volume of paracetamol is sold in your country?

Datos referidos al SNS (Sistema Nacional de Salud), es decir, sólo incluye los medicamentos vendidos con receta médica.

Ventas totales de medicamentos al SNS: 10.175.405,40 (miles de €)
Porcentaje de medicamentos genéricos (en volumen): 24,98%
Porcentaje de medicamentos de marca (en volumen): 75,02%
Total 100%

Porcentaje de medicamentos genéricos (en precio): 7,35%
Porcentaje de medicamentos de marca (en precio): 92,65%
Total 100%

Ventas de paracetamol: 4,40% del total de unidades vendidas (no disponemos del total de unidades vendidas)
Precio medio del envase: 2,97€

Es el principio activo más vendido

Hay especialidades sujetas a precios de referencia (especialidades que pertenecen a un conjunto y pueden ser genéricas o de marca)

En el mercado global de medicamentos el precio medio de las especialidades de marca que están afectadas por precios de referencia, (9,60 euros), es un 40% inferior al precio medio de las especialidades de marca no afectadas por los precios de referencia, (15,88 euros).

Sin embargo, con las especialidades genéricas ocurre todo lo contrario, el precio medio de las que están sujetas a precios de referencia, (7,46 euros), es un 8,4% superior al precio medio de las especialidades genéricas no afectadas por los precios de referencia, (6,88 euros).

2. Please describe the paracetamol market in your country, in terms of the leading suppliers and their market share (as a % of all paracetamol sales), for both branded and generic paracetamol.

Branded suppliers	Company	Market share (%)
	<i>EFFERALGAN</i>	<i>BRISTOL-MYERS SQUIBB</i>

Generic suppliers	Company	Market Share (%)
-------------------	---------	------------------

3. Are there any particular trends or regional patterns that you observed in terms of the type of products and volumes sold or places and ways in which they are sold? Is there much cross-border trade?

No se observan tendencias particulares. Los bajos precios del paracetamol no estimulan el comercio transfronterizo.

4. Would you say that the market is evolving or that is it static?

Se observa una tendencia hacia el consumo de dosis unitarias más elevadas. En pocos años se ha pasado de la dosis de 300 mgr, a 500, 600 y la nueva tendencia es hacia 1 gramo.

5. Did you observe any segmentation of the market (e.g. differentiation between “upmarket” products and others)?

No especialmente.

6. Please tell us what the three top-selling brands of soluble (dissolvable) and non-soluble tablet-form paracetamol are in your country. Please give the name of the brand (eg Panadol) and the company who manufactures it. If possible, please give the quantities corresponding to these “top-selling” brands. Express the quantity either in terms of physical quantity, i.e. grams of active paracetamol contained either in tablets or in soluble form sold in your country, or in terms of revenues, i.e. the quantities of the various types of paracetamol sold times the corresponding prices at which these types of paracetamol were sold (usually average or manufacturer’s recommended prices will be sufficient).

*NB I: We are interested in paracetamol-only drugs here, with no other active ingredients.
NB II: You may find a ranking of top-selling brands with no information about sales. In this case, provide just the ranking, although additional information about volumes or/and revenues would be useful for future analysis.*

Top three **soluble** (name of brand and manufacturer)

Brand	Manufacturer	Quantity or revenue
<i>1. EFFERALGAN</i>	<i>BRISTOL-MYERS SQUIBB</i>	<i>1,46% unidades</i>
<i>2.</i>		
<i>3.</i>		

Top three **non-soluble** (name of brand and manufacturer)

Brand	Manufacturer	Quantity or revenue
<i>1. GELOCATIL</i>	<i>GELOS</i>	<i>1,05% unidades</i>
<i>2.</i>		

3.

7. Please tell us what type of shop people buy their paracetamol in in your country (we are sorry if you feel you've already given this information in our earlier questionnaire, but this time we are collecting more precise market share information and it helps to have it all in one place).

Please use the following definitions for type if possible:

- Pharmacy chain (*no existen porque las farmacias son de titularidad individual*)
- *Independent pharmacy*
- Hypermarket (*no se venden medicamentos*)
- Supermarket (*no se venden medicamentos*)
- Local grocer/convenience store/mini-mart (*no se venden medicamentos*)
- Department store (*no se venden medicamentos*)
- Petrol station/ gas station/ garage (*no se venden medicamentos*)
- Other (please describe) (*no se venden medicamentos*)

Top three outlets for sale of **branded** paracetamol

Name of outlet	Type	Quantity	Market share (%)
1. <i>Farmacia</i>			
2.			
3.			

Top three outlets for sale of **generic** paracetamol

Name of outlet	Type	Quantity	Market share (%)
1. <i>Farmacia</i>			
2.			
3.			

NB Again, if possible express the quantity of paracetamol sold either in terms of physical quantity or in terms of revenues.

When we did our pre-pilot research, we found that a pack size of 10 tablets was most common amongst the partners, followed by a pack size of 20 tablets. We now need to double-check this across all partners.

8. What is the best-selling paracetamol pack in your country in terms of shares of the total volume sold?

- *En el SNS:*

1° 40 comprimidos y 1 gr.

2° 20 comprimidos y 650 mgr

9. How popular is the pack size of 10 in 500 mg in terms of shares of the total volume of paracetamol sold?

NO

10. Would you be able to collect prices for:
10 Non-soluble tablets? *Yes/No*
10 Soluble tablets? *Yes/No*

11. If the answer to either of these is no, what is the NEAREST pack size you could collect prices for?

20 comprimidos y 650 mgr.

12. How popular is the pack size of 20 in 500 mg in terms of shares of the total volume of paracetamol sold?

Bastante. Es más, la aparente contradicción detectada en el estudio pre-piloto de que en el caso concreto de una marca (Termalgin de 650 mgr y 20 comprimidos) tenía un coste inferior (0,98€), al envase de 500 mgr. y 20 comprimidos (1,40€), tras investigar, hemos descubierto que es debido a que puede darse este caso cuando un determinado envase es financiado por la Seguridad Social y por lo tanto el coste al usuario es muy bajo o nulo, inferior por lo tanto al precio del envase que a precio de mercado es inferior. En otras palabras, cuando un determinado envase es financiado por el Estado es más caro que el que no tiene financiación.

13. Would you be able to collect prices for:
20 Non-soluble tablets? *Yes/No*
20 Soluble tablets? *Yes/No*

14. If the answer to either of these is no, what is the NEAREST pack size you could collect prices for?

15. What were your most useful sources of information for this market?

- a. Portalfarma.com*
- b. Farmaindustria*
- c. Ministerio de Sanidad y Consumo*
- d. Canal de Farmacia. COFM*

Nota: Mercado hermético, muy difícil obtener información sobre volumen de ventas, cuotas de mercado, etc... La Administración sólo dispone de los datos referidos a los medicamentos financiados por el Servicio Nacional de Salud, que en el caso del

*paracetamol, no es demasiado significativo, ya que el bajo coste del producto lleva a que muchos consumidores lo compren sin receta.
Estamos a la espera de obtener más datos globales y significativos del Consejo General de Colegios Farmacéuticos de España.*

Petrol

1. Describe the market for petrol. Think of the market in terms of the following questions: What volume of petrol is sold in your country and which brands and types? Who are the brand owners/suppliers/producers? Are retailers vertically integrated with suppliers and producers (i.e. do they belong to the same company group)? Do you know where petrol is sold and in what fashion (e.g. type of retail outlet, etc.)? Are there any particular trends or regional patterns that you observed in terms of the type of products and volumes sold or places and ways in which they are sold? Would you say that the market is evolving or that is it static? Is there much cross-border trade?

*Con la aprobación de la Ley 34/1998, del sector de Hidrocarburos, se colocaron los cimientos de lo que debía ser un mercado liberalizado. Desde el día 9/10/98, fecha de entrada en vigor de la Ley los precios de las gasolinas en España son libres, pero la realidad es que la liberalización en el mercado del petróleo ha tenido escaso éxito ya que Repsol YPF, Cepsa y BP siguen monopolizando el negocio de los carburantes, de hecho algunas de ellas como Repsol YPF han sido multadas por el Tribunal de Defensa de la Competencia porque continúan fijando los precios del carburante.
Repsol YPF, Cepsa y el grupo británico BP llevan años esforzándose en impedir que la liberalización avance. El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio publica diariamente en su web la lista de las 20 estaciones de servicio más baratas de España. Es muy raro que alguna vez figure en la misma una gasolinera propiedad de cualquiera de los tres principales operadores.
Tanto Repsol YPF como Cepsa han sido multadas con varios millones de euros por el Tribunal de Defensa de la Competencia.*

Volumen de gasolina que se vende (en kt: miles de toneladas)

<i>Consumo total año 2004.....</i>	<i>7.715</i>
<i>Sin plomo 95.....</i>	<i>5.956</i>
<i>Sin plomo 98.....</i>	<i>879</i>
<i>Sin plomo 97.....</i>	<i>425</i>
<i>Consumo total año 2005.....</i>	<i>7.260</i>

El consumo de la gasolina sin plomo 95 se ha situado en 5,9 millones de toneladas en 2005, lo que representa el 82% del total de gasolinas de automoción. El consumo de la gasolina sin plomo 98 representa el 12% y el de la gasolina sin plomo 97 un 6% sobre el total.

Febrero 2006- datos de los últimos doce meses en miles de toneladas:

<i>Sin plomo 95.....</i>	<i>6.011</i>
<i>Sin plomo 98.....</i>	<i>882</i>
<i>Sin plomo 97.....</i>	<i>328</i>
<i>Otras gasolinas.....</i>	<i>9</i>
<i>Total últimos doce meses.....</i>	<i>7.230</i>

Se mantiene la misma tendencia decreciente en el consumo nacional de gasolinas que el experimentado en años anteriores, como consecuencia del reajuste que está experimentando el mercado español motivado por la imparable dieselización del parque automovilístico. La gasolina sin plomo 95 ha sido la más demandada. Los picos de mayor consumo alcanzados tanto de la gasolina sin plomo 95 como la sin plomo 98 se producen debido al mayor consumo en los meses de verano

El tipo de distribución aplicado normalmente a la gasolina es la compra en exclusiva, mediante la cual el distribuidor se compromete a abastecerse recurriendo a un único productor.

El mercado español es un mercado dinámico con compras y ventas de activos entre las distintas compañías y con una mayor cuota de mercado de distribuidores ajenos a las operadoras tradicionales, como es el caso de los hipermercados. Los últimos ejemplos son:

En 2006, SARAS compra las Estaciones de Servicio de Caprabo. En 2005 se completó la compra del negocio de SHELL por DISA.

Se produce la entrada de nuevos operadores y el abandono de otros por estrategias de grupo o por dificultades para crecer en un sector donde pocas empresas controlan más de la mitad del mercado, o por fusiones con otras competidoras.

Pero realmente existe escasa dispersión de precios en el mercado de los carburantes y estancamiento del parque de estaciones de servicio.

Exportaciones durante todo el año 2005 referentes al producto: Gasolinas para motores, con un contenido en plomo $\leq 0,013$ g/l, con un índice de octanos investigado RON ≥ 95 pero < 98 :

UNIDADES (Mil litros): 3.362.598
NUM. OPERACIONES: 1.215
VALOR (Miles de euros): 562.192,1
PESO (Miles de Kgs.): 1.317.607,3

Importaciones durante todo el año del 2005 referentes al producto: Gasolinas para motores, con un contenido en plomo $\leq 0,013$ g/l, con un índice de octanos investigado RON ≥ 95 pero < 98 :

UNIDADES (Mil litros): 603.705

NUM. OPERACIONES: 81
VALOR(Miles de euros): 107.074,6
PESO (Miles de Kgs.): 257.708,4

2. Who are the top petrol RETAILERS in your country and what is their market share of overall petrol sales? Please also tell us what type of retailer they are, using the following definitions:

- major petrol chain
- independent
- hyper/supermarket
- other (please describe)

Las cuotas de mercado de las tres mayores empresas que operan en España (Repsol YPF, Cepsa y BP) apenas han variado en los últimos años y suman un 67% del total.

El número de estaciones de servicio en España a 31 de diciembre de 2005 asciende a 8.638:

Mayoristas:

REPSOL YPF : 3.618 (42%)

CEPSA: 1.521 (18%)

BP: 635 (7%)

DISA: 485 (5%)

AGIP: 313 (4%)

GALP: 223 (3%)

MEROIL: 200 (2,5%)

ERG: 124 (1,4%)

ESSO: 86 (0,9%)

ESERGUI: 92 (1,06%)

SHELL: 0

TEXACO: 60 (0,6%)

Q-8: 37 (0,4%)

TOTAL: 14 (0,16%)

SARAS: 0

HIPER/SUPERMERCADOS: 187 (2,1%)

MARCAS BLANCAS COOPERATIVAS: 1000 (11,%)

TOTAL: 8638

3. What percentage of the total retail petrol market do super and hypermarkets taken together represent in your country?

Según el resumen acumulado por canales de distribución de marzo-2006 la venta fuera de las estaciones de servicio, es decir en hipermercados se distribuye así:

Gasolina 98..... 4,4 %

*Gasolina 97.....10,4 %
Gasolina 95..... 3,7 %*

En 2005, la venta media por estación de servicio convencional fue de 3,4 millones de litros. La venta media en hiper/supermercados es de 5 millones de litros aproximadamente.

4. Thinking about the total price for a litre of unleaded petrol, how much of the total price is made up of taxes, in percentage terms? *(You may find it useful to ask your ministry of finance/tax authority for this piece of information.)*

*Datos de Mayo-2006:
El 51 % son impuestos*

Precio: 1,094 euros el litro repartidos del siguiente modo:

*Precio antes de impuestos: 49 %
Impuestos: 51 %*

*PAI – Ci= 0,101
Ci= 0,435
Impuestos Especiales= 0,371
IVMDH= 0,038
IVA= 0,149*

Explicación de abreviaturas:

PAI: Precio antes de impuestos

PAI – Ci: Costes fijos de Logística y Comercialización + Amortización + Márgenes minoristas y mayoristas

Ci: Cotización Internacional = Coste de Producto

IVMDH: Impuesto Estatal y media aritmética del tramo autonómico

IVA: Impuesto sobre el Valor añadido

5. Is there an area of your country where you think competition may be different to the rest of the market, and which you would like to include in the research (eg a border area)? If so, what area would you pick and why?

Es diferente en Cataluña, por su proximidad con Francia. La gasolina en España es más barata y algunos franceses del sur cruzan a España para llenar el depósito del coche (a la vez que compran alcohol y tabaco).

También es distinto en determinadas zonas rurales en las que hay mucha distancia entre gasolineras y pocos habitantes, que deben desplazarse bastante si quieren elegir gasolinera, por lo que no pueden comparar precios.

Conocemos que ocurren estos fenómenos, pero desconocemos los porcentajes porque no hay datos.

6. What were your most useful sources of information for this market?

Internet:

- *Confederación de Estaciones de Servicio*
- *Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos*
- *Comisión Nacional de la Energía*
- *Ministerio de Industria, Turismo y Comercio*
- *Compañías petrolíferas que operan en España, prensa y estudios e informes privados*
- .

Los e-mail enviados para consultar cuestiones que no se encontraban en Internet no han sido contestados.

OTRAS INFORMACIONES DE INTERÉS:

Actualidad:

4.000 gasolineras de toda España (las agrupadas en la Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio) estaban convocadas para cerrar el pasado día 25 de mayo por la fijación de precio en carburantes por parte de las petroleras, para demandar una mayor competencia en el sector.

La huelga refleja el escaso éxito de la liberalización en el mercado petrolero, donde Repsol YPF, Cepsa y BP siguen monopolizando el negocio de los carburantes. Esta protesta persigue concienciar a la Administración para que presione a las petroleras y cumplan sentencias promulgadas por el Tribunal de Defensa de la Competencia que les prohíben continuar fijando los precios finales de los carburantes; así como dejar patente que es necesario un mercado de libre competencia real que permita al propietario de la estación de servicio poder decidir sin tener que someterse a contratos nulos o hechos en fraude de ley de exclusividad con las petroleras, lo que beneficiaría al usuario.

El paro finalmente fue desconvocado al comprometerse el Ministerio de Industria a reunirse y escuchar las reivindicaciones de esta patronal.

Vales:

Los comerciantes creen que la gasolina es un buen reclamo para captar nuevos clientes. Algunos comercios (como forma de competencia con los hipermercados), Asociaciones de automovilistas, Confederaciones de Comerciantes e hipermercados reparten vales,

*canjeables por cheques de gasolina y otros ofrecen descuentos en la gasolina a los clientes poseedores de las tarjetas del comercio (tarjetas de fidelización).
Va en aumento la generalización de los instrumentos de fidelización: tarjetas, tarjetas de pago, promociones, tarjetas de pago profesionales a flotas, etc.*

Impuesto autonómico:

Algunas comunidades autónomas aplican el IVMDH (tramo autonómico sobre Ventas Minoristas de Determinados Hidrocarburos) por ejemplo: la Comunidad de Madrid lo aplica desde agosto/2002 (1,7 céntimos de euro, por litro); La Comunidad autónoma de Galicia y el Principado de Asturias lo aplican desde enero/2004 (1 céntimo de euro, por litro); En Cataluña desde agosto/2004 (2,4 céntimos de euro, por litro –máximo importe permitido para este tramo-). En general, las tasas autonómicas que gravan los carburantes se están destinadas a financiar el déficit sanitario.

Fraudes:

En el año 1998 la Organización de Consumidores y Usuarios, gracias al testimonio y las pruebas aportadas por dos operarios de gasolineras, denunció una estafa que se estaba cometiendo, consistente en accionar una palanca situada en el interior de una dependencia de la gasolinera, que alteraba los impulsos del surtidor. Los acusados por el fraude de las gasolineras fueron multados.