

Gas licuado a domicilio: los números del mercado al que Enap ingresa como mayorista

Tras el fracaso de su plan piloto, debido a los altos costos, la estatal decidió competir como productor mayorista. Se enfrentará con las privadas Abastible, Gasco y Lipigas, que con su red de distribuidores propios y exclusivos dominan un mercado donde la demanda se guía fundamentalmente por el precio y la rapidez del despacho. La FNE sostiene que la apertura del mercado mayorista de distribución y la prohibición de contratos de exclusividad son clave para introducir “más competencia” al sector. Pero es caro. Este es el nuevo negocio al que entró Enap. ¿Será la empresa pública capaz de convertirse en un cuarto actor relevante?

JULIO NAHUELHUAL

Lo dijo hace algunas semanas el gerente general de la Empresa Nacional del Petróleo (ENAP), Julio Friedmann, al firmar el primer acuerdo de venta de cilindros de Gas de Chile: la firma pretende convertirse en el cuarto actor del mercado, compitiendo como distribuidor mayorista a las privadas Abastible, Gasco y Lipigas. Y aunque en su primera exposición ante el Senado, el nuevo fiscal nacional económico, Jorge Grunberg, descartó referirse al plan de la estatal, reiteró que la distribución mayorista es la vía para hacer bajar los precios del combustible, un producto que usa el 80% de los hogares de este país.

“El mercado del gas no funciona adecuadamente desde una perspectiva de libre competencia. Existe una falta de intensidad competitiva en el segmento mayorista y persisten conductas comerciales que inhiben la competencia en el segmento minorista”, sostuvo Grunberg, tras presentar –y reiterar– las principales conclusiones de la Fiscalía Nacional Económica (FNE) en su informe sobre el mercado del gas, lanzado en diciembre de 2021. Ese estudio hasta hoy es controvertido por las firmas del sector.

“El poder Ejecutivo con el Congreso en la medida que recepcionen nuestras recomendaciones, podrían avanzar para generar, no tengo ningún temor en decirlo, un precio justo”, sostuvo Grunberg. Las tres recomendaciones son abrir el mercado mayorista, prohibir la existencia de contratos de venta exclusiva e implementar un sistema de trazabilidad de cilindros. En el mercado reiteraron que el precio del gas sólo ha subido por el alza de la materia prima a ni-

vel global, que explica en promedio el 70% del valor de un balón. También acusaron un desconocimiento del negocio.

Enap entró en los segmentos de distribución mayorista y minorista de gas licuado con el piloto de “Gas de Chile” entre agosto y diciembre de 2022, abasteciendo a un poco más de 3.100 hogares en las comunas de San Fernando, Chiguayante y Quintero. Pero su incursión ocasionó polémica y cada balón de 15 kilos, vendido a unos \$ 15 mil, terminó costando \$ 117 mil al Estado. La cifra, en todo caso, y aunque fue dada por la propia Enap, considera inversiones que se realizan una sola vez. Tras el piloto, Enap decidió concentrarse en su rol mayorista.

Este es el mercado al que llega Enap.

• Las tres grandes

Aproximadamente el 80% del gas licuado que se vende en Chile llega de Estados Unidos o Argentina a las terminales de almacenamiento de las empresas ubicadas en las regiones de Valparaíso y Biobío (Gasmart, Oxiquim y Hualpén). Desde allí sale al resto del país mediante gasoductos y camiones a las plantas de envasado de Gasco, Lipigas y Abastible, las tres mayores distribuidoras de gas que en conjunto atienden a casi todo el mercado.

Según datos de sus memorias anuales, Abastible –controlada por Copec, del grupo Angelini– se lleva el 39% del mercado. Después viene Lipigas de las familias Yaconi, Santa Cruz, Noquera, Ardizzoni y Vinagre, con el 34% y Gasco, del grupo Pérez Cruz, con el 26%.

• 200 mil balones diarios

El gas es un insumo relevante en Chile. El 80% de los hogares del país lo usa y su demanda puede llegar hasta a triplicarse en el invierno cuan-

do se venden a diario 200 mil unidades de diferentes tamaños, según pudo averiguar **Pulso**. En días sin frío, la demanda diaria se estabiliza en torno a 65 mil balones.

De lunes a domingo, las firmas del sector reciben los pedidos y los despachan gracias a una logística que considera llegar entre 30 minutos y 2 horas como máximo a los domicilios urbanos. El grueso de las ventas se concentra el fin de semana, cuando la gente está en su casa.

• 9 de cada 10 cilindros a domicilio

El despacho de gas a domicilio es la forma de venta más importante de la industria en el segmento residencial: 9 de cada 10 cilindros se colocan de esa manera, lo que ha llevado a la industria a propiciar acuerdos y contratos de exclusividad con distribuidores minoristas en todo el país.

Según datos de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC), el principal consumidor de gas licuado son las industrias (43%) y en segundo lugar viene el sector industrial residencial (41%).

En términos de valor, eso sí, el consumo de los hogares representó el 53% de las ventas. El dato es de 2020, pero en la industria dijeron a **Pulso** que la relación se mantiene.

• El de 15 kilos es el favorito

De acuerdo a cifras de la SEC, en 2022 se comercializaron en el país 1,4 millones de toneladas de gas licuado de petróleo (GLP). De ese total, 898 mil toneladas se vendieron en formato envasado, y 517 mil fueron adquiridas a granel. Hasta abril de ese año, la SEC ya contabiliza 419.416 toneladas de GLP vendidas en el país, cifra que según la industria anticipa un consumo muy similar al de 2022.

El cilindro más demandado es el de 15 kilos, que representa el 67% del total de las ventas, seguido por el de 11 kilos.

Acorde con el informe de 2021 de la FNE, los hogares destinan en promedio \$31.498 al mes en balones de gas, lo que representa un 19% del gasto total en servicios básicos.

• 70% del precio es gas

La materia prima, es decir las moléculas de gas licuado, constituyen la componente mayoritariamente gravitante del precio de un cilindro de 15 kilos de gas. Según revelan en la industria, el 70% de lo que el consumidor paga realmente corresponde al *commodity* en sí con sus impuestos incluidos. La memoria de Lipigas de 2022 dice que fue el 68%. Aunque en el último año, por las variaciones internacionales en su precio, el peso de la materia prima en el valor final de un balón ha fluctuado entre el 45% y el 60% de su costo.

El otro 30% del precio de un balón se va a logística, distribución, almacenamiento, mano de obra y utilidad del distribuidor, principalmente. En casi todos esos ítems, la componente de seguridad encarece todo el proceso. En Chile los balones se deben llevar en camionetas adaptadas, los operarios deben vestir ropa ignífuga, debe haber equipos de emergencia disponibles y cumplir con una serie de regulaciones.

En la industria, en todo caso, dicen no estar disponibles para bajar estas medidas o abrirse a que las motos del *delivery* repartan el gas, como se ve en otros países de la región o Asia.

• Los \$3 mil de la última milla

El piloto de Enap demostró lo difícil de la logística de este negocio. Llegar hasta un domicilio y entregar el gas en un tiempo razonable es algo que las tres grandes empresas de gas licuado lo gran gracias a los 5.600 distribuidores minoristas presentes en este mercado a nivel nacional, según estimó el estudio de la FNE.

Lipigas cuenta con 13 plantas de almacenamiento y envasado, 97 camiones graneleros, 124 camiones para la distribución de gas envasado en cilindros y más de 1.400 camionetas para el reparto directo y distribuidores. La compañía detalla que la red de distribución cuenta con actores propios, así como alianzas con distribuidores externos. En concreto, tiene 575 distribuidores, 84 centrales de reparto directo y operadoras logísticas, además de 105 puntos LipiVecino, repartidos en 65 comunas del país. En dichos locales, los clientes adquieren en forma directa los cilindros, ahorrando los costos de entrega, que en promedio la industria calcula en \$3.000. Ese es el valor, en este negocio, de la última milla, detalla Lipigas. Lipigas atiende 11 millones de pedidos al año y el 80% es entregado en menos de 30 a 45 minutos.

Abastible, en tanto, declara tener 1.214 distribuidores. En 2022, un 30,8% de los distribuidores correspondió a microempresas, 53,1% pequeñas empresas, 13,1% medianas empresas y 3,1% grandes empresas. Dicha red, remarca la compañía, entrega de manera exclusiva los productos y servicios de la marca. La filial de Empresas Copec cuenta con 10 plantas de envasado y 26 oficinas de distribución y venta a lo largo de Chile. También cuenta con 150 ca-

miones de transporte.

Gasco no detalla en sus memoria esas mismas cifras, pero en el juicio con Conadecus, que se inició a raíz del informe de la FNE, declara tener 700 distribuidores y que "cerca del 90% de sus ventas son efectuadas a través de consignatarios o proveedores independientes, quienes son los distribuidores del GLP y quienes fijan libremente el precio que se cobra al consumidor final". Menos del 7% lo vende vía comisionistas, terceros que dependen directamente de Gasco GLP.

❖ **¿Cuánto gana el distribuidor?**

Sobre las ganancias del distribuidor minorista no existe mucha claridad. Mientras algunos sostienen que el negocio es estable y medianamente rentable, algunos detallan que en promedio el distribuidor se lleva entre \$4 y \$6 mil de un cilindro de 15 kilos. Con esos recursos financia sus costos y los \$3 mil del despacho.

Entre los distribuidores minoristas que respondieron a **Pulso** las cifras que más se repiten son de entre \$170 y \$200 por kilo de gas como costo minorista. La cifra incluye todos sus costos, incluyendo el *delivery* y sus ganancias.

Las empresas del sector además les regalan bonos por ventas, ropa ignífuga para los trabajadores, les venden los vehículos con *leasing* a menores precios, etc.

❖ **Los contratos de exclusividad**

En las empresas aseguran que los contratos de exclusividad no amarran a los comerciantes para siempre, que tienen duración indefinida y que se les puede poner fin cualquier día por cualquiera de las dos partes.

"En el caso de Abastible, los contratos que tienen exclusividad implican que mientras se mantenga vigente el contrato, el distribuidor sólo puede comercializar cargas de gas licuado de Abastible, y no de otras empresas. Cabe recalcar que los contratos de distribución con Abastible pueden ser fácilmente terminados por los distribuidores desahuciables, bastando un aviso previo de 1 a 6 meses, sin exigencias de penalidades o multas, no están "atados", dijo la firma a **Pulso**.

Este ha sido el punto más cuestionado por la FNE, que en su estudio contabilizó 5.600 distribuidores entre 2012 y 2020, pero solo 130 de ellos fueron multimarca, es decir, vendieron al menos dos marcas de GLP. "Esto equivale tan sólo a un 2,3% de los distribuidores minoristas de GLP en Chile", acusó la FNE. El resto trabajó solo con una misma compañía. Según la FNE, en nueve años solo un 1,7%, 96 distribuidores minoristas, se cambiaron de mayorista.

Enap ya ha suscrito contratos con siete distribuidores pymes, los que tienen libertad para comercializar otras marcas, destacó la empresa. Uno de ellos, difundió la empresa, opera en Chiguayante, y produjo el efecto que espera el gobierno. "El mismo día que publicamos nuestros precios, ocurrió que un distribuidor bajó cerca del 40% los suyos", decía, Daniel Rojas, de Suma Gas. Enap solo tiene dos plantas de envasado, en San Fernando y Linares, y su operación se concentra en el sur. Llegar a Santiago es una meta que sus competidores consideran muy, muy difícil.

❖ **Costos de distribución**

Algo que todas las compañías detallan son los altos costos asociados a la distribución.

En su memoria 2022, Gasco reportó que en ello gastó \$30.291 millones, un 16% más que el año previo. Ese fue uno de los factores que redujeron su resultado en el ejercicio, según el análisis de la compañía.

Lipigas destinó a distribución \$69.606 millones, en 2022, un 20% más frente al ejercicio previo. El aumento compensó el alza del 1,7% en las ventas de GLP envasado que reportó en el período.

Abastible dijo a **Pulso** que sus distribuidores son "cientos de pymes independientes que se dedican a distribuir el gas licuado, y que gestionan su negocio en un entorno muy competitivo (intra e inter marca)". Detalló que la firma los apoya con los beneficios de las economías a escala, por ejemplo, para comprar camiones de reparto; la entrega de herramientas que facilitan la venta como plataformas tecnológicas, licencias de software, etc.; permanentes capacitaciones para un mejoramiento continuo en atención al cliente y en materia de seguridad. "Todos estos beneficios ayudan a que los emprendimientos puedan crecer y ser sostenibles"; sostuvo la firma.

❖ **El precio manda**

En el mercado sostienen que a pesar de que las empresas de gas mantienen más o menos estables sus participaciones de mercado, ello se debe a la competencia. Según explicaron ejecutivos del sector que conversaron con **Pulso**, en este mercado el precio manda. Y lo grafican en el casi millón de cotizaciones diarias que reciben en sus webs y apps.

Esto también lo han notado -aseguran en la industria- en el fuerte uso que la gente le está dando a los descuentos asociados al gas en aplicaciones, cajas de compensación o municipios, que en algunos meses han llegado a explicar hasta el 15% de las ventas. A veces no es más del 5%.

Lo mismo se nota en algunos lugares que se habilitan para que la gente vaya a retirar su balón en vez de pagar por el envío. En promedio las compañías ofrecen descuentos de \$3000 a \$3.5000.

❖ **Hay 23 millones de cilindros**

Para que los clientes puedan recibir su cilindro de gas lleno y entregar uno vacío, la industria debe asegurarse de que exista disponibilidad de éstos. En promedio, el sector vive con unos 23 millones de cilindros rotando y se estima que cada balón se llena 4 veces al año.

Las firmas están obligadas a aceptar los cilindros de otras compañías y cada diez años éstos son sometidos a las pruebas de seguridad que les exige la SEC. Tienen una vida útil de 50 años y no se fabrican en Chile: la mayoría llega de Turquía o China. Para su piloto, Enap pagó US\$65 por cada cilindro, lo que incluyó el envase, la certificación y el *branding* con la denominación Gas de Chile.

La libre intercambiabilidad de cilindros existe en Chile desde hace décadas; este sistema permite a los clientes finales pasar libremente de una marca a otra en cada compra. ❖

EL MERCADO CHILENO DEL GLP



Precio del cilindro de gas licuado de 15 KG (*)

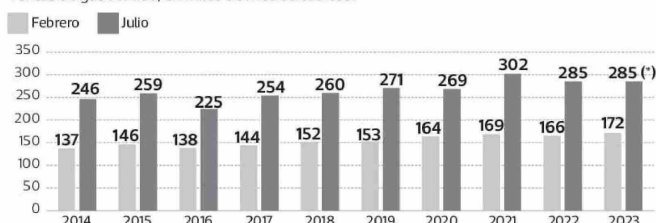
Región Metropolitana. \$ de cada año, mes de mayo.



(*) Precios observados a público. FUENTE: CNE con datos Sernac

Indispensable en invierno

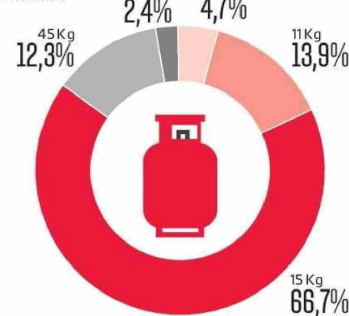
Ventas de gas licuado, en miles de metros cúbicos.



(*) Estimado. FUENTE: CNE, sobre base ENAP

El cilindro más vendido

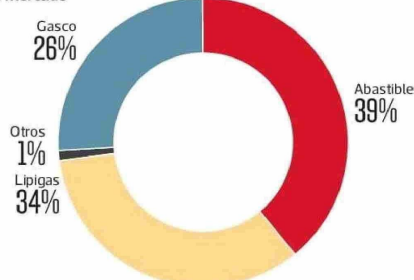
Formato cilindro. % de mercado



Las cifras del negocio

- 23 millones de cilindros
- Más del 80% del GLP consumido en Chile es importado
- 200 mil cilindros se venden al día en Chile
- 50 años es la vida útil de un cilindro de gas
- 1,4 millones de toneladas de gas licuado se vendieron en Chile en 2022
- 5.800 distribuidores minoristas existen en el país
- El 2,3% de los distribuidores minoristas venden más de una marca
- La compra de gas equivale a entre 19% y 13% del gasto total de los hogares chilenos en servicios básicos

Participaciones de mercado



FUENTE: Empresas

Resultados de las empresas (2022)

Utilidades en MMS



FUENTE: CMF

