

labolsa.com

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/canales/4/>

El hartazgo del público en general

30 de Junio de 2000, 17:33|

El hartazgo del público en general ante la imparable subida de precios de la gasolina se ha venido manifestando recientemente en distintas formas (el ejemplo más conocido es la huelga de repostaje para los últimos domingos de cada mes promovida por la Unión de Consumidores de España). En los últimos días de Mayo un "manifiesto" en pro del boicot a las compañías petroleras empezó a ser distribuido masivamente en

España vía correo electrónico; por su interés como testimonio del hartazgo de gran parte de la ciudadanía hemos decidido reproducirlo en este canal, sin que ello implique nuestra aprobación de los métodos propuestos. También hemos querido incluir un comunicado de prensa de la AOP (Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos) defendiendo la postura de las compañías petroleras.

Manifiesto distribuido por correo electrónico

"Sólo para España.

Propuesta para la bajada del precio de los combustibles :

Problema : la gasolina y demás derivados del petróleo han subido un 30% en menos de un año, el precio para la eurosuper roza ya las 140 ptas./litro.

Causa aparente: la subida del precio del barril de petróleo en origen; incide pero es secundaria. Causa real: la falta de competitividad en el sector. Las gasolineras o bien se han puesto de acuerdo en los precios (eso se llama colusión y está prohibido por la ley) o bien aplican los mismos criterios, que resultan abusivos. Se ha oído la noticia de Repsol, por ejemplo, ha obtenido unos beneficios de 100.000 millones de pesetas sólo en el primer trimestre del 2000. Pobrecitos.

Causa última: una total falta de respeto por el consumidor.

Solución propuesta: utilizar el poder de decisión de los consumidores para forzar una bajada del precio de los combustibles. Se basa en el siguiente plan:

1) Consiste en dividir el sector en dos grupos más o menos iguales. Es decir, hacer dos grupos con todas las gasolineras del estado español.

Grupo a: las gasolineras de Repsol y Campsa

Grupo b: todas las demás gasolineras

2) Primera fase del plan: seguiremos comprando la gasolina al precio que les dé la gana (¡qué remedio!) pero no en las gasolineras del grupo a, es decir:

En la primera fase no hay que poner gasolina, salvo fuerza mayor naturalmente, en ninguna gasolinera de Repsol ni de Campsa.

Lo repito: ¡¡¡en la primera fase no hay que poner gasolina, salvo fuerza mayor naturalmente, en ninguna gasolinera de Repsol ni de Campsa!!! Seguiremos con toda normalidad utilizando el coche, poniendo gasolina, pero siempre en las demás gasolineras, nunca en las de Repsol o Campsa.

Repsol y Campsa han de saber que no pondremos gasolina en sus gasolineras hasta que el precio sea como máximo un 8 % superior al del año pasado, o sea hasta que el litro de gasolina eurosuper quede por debajo de las 120 ptas.

Inicio de la primera fase : 20 de mayo de 2000.

3) Si los consumidores somos capaces de llevar a cabo correctamente la primera fase no le queda duda que Repsol y Campsa bajarán sus precios rápidamente. Empieza entonces la segunda fase.

4) Segunda fase: cuando Repsol y Campsa hayan bajado los precios, solamente compraremos gasolina en sus gasolineras. Esta fase será muy corta, tal vez no sea necesaria puesto que surgirá por sí misma y las demás gasolineras bajarán los precios si lo hacen Repsol y Campsa.

Conclusión: el plan es sencillo y puede funcionar. El mayor problema es poner de acuerdo a millones de consumidores en todo el país. Por eso te envío este mail, para informarte y que puedas colaborar. Creo que nos interesa a todos.

Es importante que hagas correr este e-mail. Envíalo enseguida a todos tus amigos y todas las direcciones de e-mail que tengas. Si conseguimos este reto crearemos además un precedente importantísimo: en el futuro las empresas sabrán que han de contar con los consumidores.

Gracias y suerte a todos"

Comunicado de la AOP

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE OPERADORES PETROLÍFEROS INFORMA:

A la vista de los incrementos de precios que se están produciendo especialmente en las gasolinas, la Asociación Española de Operadores Petrolíferos quiere comunicar a la opinión pública lo siguiente:

El mercado internacional de productos petrolíferos determina los precios antes de impuestos de los países de la U.E. El precio está fijado en dólares por tonelada. Por tanto las fluctuaciones de cambio de esa divisa repercuten directamente sobre el precio. El enorme tirón de la demanda de los productos, motivado por una favorable coyuntura económica y por el hecho de que el consumo de gasolina es estacional, ha repercutido también en el incremento de los precios.

1. Precio del crudo. Desde el 1 de Enero hasta el 21 de Mayo el precio del crudo ha pasado de 24,5 \$/barril a 28,2 \$/barril.

2. Tipo de cambio. El tipo de cambio del \$ ha pasado desde el día 1 de Enero hasta el 22 de Mayo de 165,6 ptas. a 184,9 ptas.

3. Cotizaciones Internacionales. Los precios de las gasolinas vienen determinados por sus cotizaciones diarias en dólares en los mercados internacionales (Rotterdam, Génova, Nueva York, etc.). Estas cotizaciones han pasado de 29,5 ptas / litro a 49,6 ptas / litro debido fundamentalmente al incremento de la demanda en EE.UU. que representa el 40% del consumo mundial.

4. Precios en Europa. Los precios en España se sitúan en la banda más baja de los países europeos.

5. Repercusión de costes al consumidor. Las Compañías Petroleras han hecho un esfuerzo en no repercutir la subida de los costes de la materia prima al consumidor, reduciendo sus márgenes que son inferiores en más de 5 pesetas al margen medio europeo de la Gasolina 95.

6. Los precios de los productos no son iguales en todas las EEES. Según el informe del Ministerio de Industria y Energía del mes de Abril, la dispersión de precios fue de 19,1 pesetas en la gasolina Eurosuper y de 12 pesetas en el gasóleo de automoción.

7. El mercado de carburantes en España está totalmente liberalizado.

En ocho años, se ha pasado de una situación de monopolio a un mercado en el que operan una treintena de compañías. El número de puntos de venta ha pasado de 5.895 en 1992 a 7.700 a 1 de Enero de 2000.

8. La supresión del precio máximo ha sido positiva para el consumidor.

Por último es necesario destacar que la supresión de los precios máximos ha supuesto para el consumidor español un ahorro desde Octubre de 1998 de cerca de 40.000 Millones de pesetas. De hecho, hoy el teórico precio máximo estaría más de 5 pesetas por encima del precio medio en España de la Gasolina 95.