

### **Gas LP: Falló el mercado**

En sentido contrario al dictado de los textos de la Universidad de Harvard, la liberación del precio al público del gas LP y la apertura de las fronteras para su importación por particulares no han provocado el efecto deseado, es decir la caída de su costo al público a contrapelo de la promesa presidencial que reivindica la utilidad práctica de la reforma energética. La razón se inscribe en un laberinto en que cinco grupos empresariales acaparan 53% de la distribución, los obstáculos para abrir centros de acopio y las componendas de Petróleos Mexicanos.

De hecho, en los primeros 45 días después de colocar el combustible al libre juego de la oferta y la demanda, el costo había crecido 25.32%. En el escándalo, la Comisión Federal de Competencia Económica ha iniciado una investigación de oficio en la presunción de colusión, es decir práctica anticompetitiva absoluta, planteando de entrada una serie de recomendaciones a la Comisión Reguladora de Energía. La primera de ellas plantea abrir el escenario a más participantes. La segunda a garantizar que el gas importado pueda cruzar por el sistema de ductos de Petróleos Mexicanos, y la tercera abrir más canales de venta al público, por ejemplo las tiendas populares Diconsa.

A la luz verde para la importación privada se crearon empresas importadoras en Hermosillo, Sonora, Torreón, Coahuila, Tuxpan, Veracruz y Colima, cuya acción fue obstaculizada al implantar Petróleos Mexicanos diversos niveles de descuento. La acción la instrumentó Pemex Transformación Industrial con descuentos de entre 24% y 35% a las distribuidoras con mayor nivel de compra, es decir las hegemónicas.

Se calcula que en su momento el regalote, desmantelado ante la amenaza de demandas, por más que se interpusieron quejas ante la Secretaría de Energía y la Comisión Federal de Competencia Económica por desplazamiento ilegal, le costó una pérdida de 5 mil millones de pesos a la empresa productiva del Estado. La justificación de Pemex frente al insólito hablaba de mantener en ese momento, una sobreproducción. Naturalmente, el regalito no repercutió de cara a los consumidores. La competencia depredadora de Pemex volvía imposible la sobrevivencia de las importadoras que adquieren el producto en condiciones vigentes en el mercado internacional el día en que se realiza la operación, agregando el costo de adquisición, el pago de aduana, el transporte, almacenamiento, distribución y comercialización.

Una de las principales empresas distribuidoras del país, el Grupo Zaragoza, con ramificaciones en Centro y Sudamérica, vende combustible adquirido con Pemex hasta 40% más barato que aquí. En paliativo al abuso, la Comisión Reguladora de Energía fijó a contrapelo de la liberación, un estándar de precios máximos que hasta

hoy no ha dado resultado. A su vez, la Comisión Federal de Competencia Económica planteó un documento titulado Transición hacia mercados compartidos de energía; gas LP, en el que planteaba una regulación especial de materia de precios, además de abrir la venta de sitios de acopio de Pemex y la Comisión Federal de Electricidad. Decían que el mercado hacia milagros.

**Crece Vesibox.** Encabezada por Alejo Segura Peralta, de la familia fundadora de empresas como IUSA, IUSACELL y IUSASOL, la empresa Vesibox está penetrando rápidamente en el mercado con una oferta de sistemas multipropósito de purificación a base de ozono, que hasta hoy ha provocado la eliminación de siete millones de botellas y garrafones de plástico. La tecnología, patentada y certificada en el país, proviene de Suiza, Alemania y Estados Unidos. El esquema reduce la contaminación ambiental y los daños al ecosistema. La clientela se ubica en hogares, hoteles y restaurantes.

**COLUMNA DE ENRIQUE CAMPOS SUAREZ.** Junio 21 del 2018

### ***No es lo mismo un arancel que un boicot***

Es un hecho, la incertidumbre de la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte más el temor reprimido por el resultado de las elecciones presidenciales tienen a este país en la incertidumbre financiera. El gobierno de Donald Trump lo sabe y quiere sacar ventaja de esa vulnerabilidad para presionar las negociaciones comerciales.

Nunca como ahora está a prueba la resiliencia de la economía mexicana y ya veremos cuáles son las consecuencias de todo lo que vivimos y sobre todo lo que está por venir en el futuro. Pero Estados Unidos no la tiene fácil si insiste en enfrentarse en contra de literalmente todo el mundo. Esa sensación de omnipotencia del gobierno actual de la Casa Blanca puede terminarse si se conjuga una reacción global en contra de su política del bully.

Los aranceles espejo que han aplicado México, Canadá y la Unión Europea pueden causar mella en la industria local estadounidense. Ni se diga de la respuesta que pueda tener el gobierno chino, que si bien no es un gran importador de productos estadounidenses, sí puede tener efectos nocivos por la afectación a las cadenas productivas de ensamblaje de firmas estadounidenses.

Pero lo que realmente puede marcar un antes y un después para la economía estadounidense es lo que ahora se ha empezado a gestar en Canadá: un ambiente en pro de los productos locales y claramente en contra de los artículos estadounidenses. A través de las redes sociales se llama al consumo de lo canadiense y de boicotear los productos importados de los Estados Unidos.

El primer ministro canadiense, Justin Trudeau, insultado por Donald Trump, parece impulsar la idea con aquella frase de unos días cuando afirmó que asistirán a un

aumento de los sentimientos patrióticos de los canadienses que podrían optar por no consumir lo hecho en Estados Unidos. No es lo mismo un arancel, que encarezca las importaciones de determinados productos, que el llamado a un boicot que rechace lo que tenga origen en un determinado mercado.

Si esta acción canadiense se extiende a otras partes del mundo y se empieza a generalizar un rechazo de lo estadounidense, habrá algunos sectores seriamente dañados. Incluso habrá daños injustos a inversionistas locales, por ejemplo, en las franquicias de algunas marcas de origen estadounidense. Pero ciertamente habrá productos emblemáticos que sufrirán las consecuencias de un posible boicot contra lo estadounidense.

México ha tenido sus acercamientos con esta actitud del consumidor en contra de lo estadounidense. Sin llamar a bloqueos específicos, pero hay armadoras de autos que han tenido bajas drásticas en sus ventas en coincidencia con el respaldo que han dado al gobierno de Trump para irse de este país.

En fin que el gobierno de Donald Trump puede aguantar una lluvia de aranceles, pero ciertamente le causaría un grave conflicto interno someter a su país a un sentimiento antiestadounidense que acabe por afectar a las grandes marcas globales que tienen origen en ese país. No habría duda de que ahí no descansarían los propios republicanos, presionados por el cabildeo de los grandes capitales, hasta ponerle un alto a su propio presidente.